



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

2018

TV



TV 2018

Indhold

1	Introduktion.....	4
2	Hovedresultater og konklusion	5
3	Tv-forbruget er i forandring	9
4	Tv-husstande og tv-kanaler i Danmark	12
4.1	Tv-husstande i Danmark.....	12
4.2	Tv-kanaler i de danske husstande	13
5	Tv-forbruget i Danmark	15
5.1	Den gennemsnitlige tv-sening.....	15
5.2	Tv-seernes demografi.....	17
5.2.1	Alder	17
5.2.2	Uddannelse	20
5.3	Tv's døgnflow	20
5.4	De mest sete tv-kanaler	22
5.4.1	Top 10.....	22
5.4.2	Hvem ser hvad.....	22
5.4.3	Kanalfamiliernes markedsandele	24
6	Public service-tv og ikke-public service-tv i Danmark.....	25
6.1	Public service- og ikke-public service-tv.....	25
6.1.1	Public service-kanalerne	26
6.1.2	Dækning af public service- og ikke-public service tv.....	28
6.2	Demografi.....	30
6.2.1	Alder	30
6.2.2	Uddannelse	33
6.3	Public service i Norden.....	36
7	Streaming i Danmark.....	37
7.1	Flere streamer	37
7.1.1	Alder	37
7.1.2	Indhold	39
7.1.3	Korte videoklip	41
8	Metode.....	43
8.1	Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen	43
8.2	Index Danmark/Gallup	47
9	Brug af data og resultater	48
10	Figurfortegnelse	49
11	Tabelfortegnelse	50

ORDFORKLARING

Seertid

Seertid omfatter den gennemsnitlige daglige tid i minutter brugt på tv i hele universet.

Dækning (reach)

Dækning er et akkumuleret tal for, hvor mange seere den eller de givne kanaler har været i kontakt med i mindst fem sammenhængende minutter i den givne periode. Dækning angiver med andre ord det totale antal personer, der i løbet af den definerede periode har set programmet eller tv-kanalen.

Dækning kan opgøres akkumuleret i alt eller som et dagligt, ugentligt eller månedligt gennemsnit. Dækning kan desuden angives enten i absolutte tal, dvs. antal personer i tusinde, eller i procent af seeruniverset.

Seertal (rating)

Seertallet er et udtryk for, hvor mange seere der gennemsnitligt minut for minut har set en given kanal eller kanaler i et givent tidsrum. Der er altså ikke tale om, hvor mange personer der totalt set har set fx kanalen, men derimod hvor mange der i gennemsnit har fulgt med minut for minut.

Seertallet kaldes også rating og kan angives i absolutte tal, dvs. antal personer i tusinde, eller i procent af seeruniverset.

Seerandel (share)

Seerandel er et udtryk for hvor stor en andel i procent af alle de personer, der ser tv i et givent tidsrum, der ser tv på den kanal eller de kanaler, man undersøger. Tallet afhænger således ikke kun af den enkelte kanal eller tidsudsnit, men også af, hvor mange der overhovedet ser tv på det tidspunkt, man måler på. Seerandelen bliver derfor ofte brugt som indikator for styrkeforholdet mellem forskellige kanaler inden for den undersøgte tidsperiode.

METODEÆNDRING

Kapitlet om tv omhandler primært traditionelt tv og er som udgangspunkt baseret på den officielle, brancheanerkendte måling af tv-forbruget i Danmark – Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen.

Traditionelt tv – som er den sening, vi hovedsageligt beskæftiger os med i dette kapitel – omfatter udelukkende programmer sendt af de broadcastere, som indgår i Seer-Undersøgelsen og derved ikke sening af streamingtjenester som f.eks. Netflix, HBO eller YouTube.

Seer-Undersøgelsen har fra 2016 til 2017 undergået en navneforandring fra Tv-Meter Undersøgelsen til Seer-Undersøgelsen. Navneforandringen afspejler en større metodeopdatering, som blandt andet indebærer:

- Overgang fra at være en single-source-måling (de officielle seertal stammede fra én kilde/samme måling) til en multisource-måling (data til de officielle seertal bliver nu sammensat ud fra flere kilder/målinger).
- Ændring af seertallet fra at inkludere "live-tv" og "tidsforskudt sening set samme dag som live" – ofte skrevet som "LIVE+VOSDAL" – til at inkludere "LIVE+VOSDAL" tillagt tidsforskudt sening i op til syv dage efter første udsendelse (TIMESHIFTED).
- Ændring af undersøgelsens univers. Før 2017 bestod universet af tv-husstande, det vil sige husstande, der havde et tv tilsluttet en antenne. Fra og med 2017 omfatter undersøgelsen alle husstande, det vil sige husstande både med og uden et tv-apparat tilsluttet tv-signal i husstanden.

Opdateringen er blandt andet udløst af, at en voksende andel af danskerne ikke længere har et tv tilsluttet en antenne, og derfor ikke indgik i undersøgelsen, samt af at en voksende andel af seningen foregår via streaming, som ikke indgik i de hidtidige brancheanerkendte seertal.

Den opdaterede metode afspejler bedre de aktuelle medievaner. Men opdateringen betyder også, at tallene for 2016 og tidligere ikke kan sammenlignes med tal for 2017 og frem. Dels indgår der nu mere sening i de officielle seertal (tidsforskudt sening i op til syv dage efter første udsendelse), og tv-forbruget skal nu fordeles over en større population (alle husstande fremfor kun tv-husstande):

- Undersøgelsen før 2017 beskrev tv-forbrug i tv-husstande set "live" og "tidsforskudt samme dag som live" (LIVE og VOSDAL (Viewed On Same Day As Live)).
- Undersøgelsen efter 2017 beskriver tv-forbrug i alle husstande set "live", "tidsforskudt samme dag som live" og "tidsforskudt i op til syv dage efter live" (LIVE, VOSDAL og TIMESHIFTED)

1 Introduktion

Kapitlet om tv er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater og konklusion**
Præsentation af hovedresultaterne.
- **Tv-husstande i Danmark**
Beskriver hvor mange tv-apparater de danske husstande har, og hvor mange kanaler husstandene kan modtage.
- **Tv-forbrug i Danmark**
Beskriver hvor meget tv der ses i Danmark i alt samt segmenteret efter alder og uddannelse. Opgør desuden, hvilke kanaler der er de mest sete.
- **Public service-tv og ikke-public service-tv i Danmark**
Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af tv-forbruget, udvikling over tid og i forskellige målgrupper. Public service-andel fordelt på kanaler og public service-andel i nordiske lande. Sening af de regionale TV 2-stationers hovedudsendelse kl. 19.30 i TV 2's sendeflade.
- **Streaming i Danmark**
Beskriver hvor stor en andel af danskerne der streamer audiovisuelt indhold segmenteret efter alder og opdelt efter indholdstype (spillefilm, serier/programmer, live-tv, nyheder og korte videoklip).
- **Metode**
Om metoden bag kapitlet samt om hvad du må gøre med data, og hvad du skal oplyse i den forbindelse. Vigtigt at læse, hvis du vil benytte data.
- **Brug af resultater**

Kapitlet om tv er primært baseret på Seer-Undersøgelsen (tidligere Tv-meter-målingen), der drives af Kantar Gallup for TV 2, DR, MTG, Discovery Networks, Turner, Disney, Viacom og FOX.

Fra 1. januar 2017 er målingen ændret og forbedret, hvilket gør, at tal fra før 2017 ikke er direkte sammenlignelige med tal fra 1. januar 2017 og frem.

Ændringen består dels i, at Seer-Undersøgelsen fra 2017 nu måler sening blandt hele befolkningen og ikke kun – som før 2017 – blandt personer i husstande med et tilsluttet tv-apparat. Seer-Undersøgelsen er desuden blevet bedre til at måle sening af tv-indhold set via streaming, og i seertallene inkluderes nu også sening i op til 7 dage efter visningen på broadcast tv.

I kapitlet er tallene før 2017 således opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Hvor ovenstående er aktuelt, er det markeret med en * i figurer nedenfor.

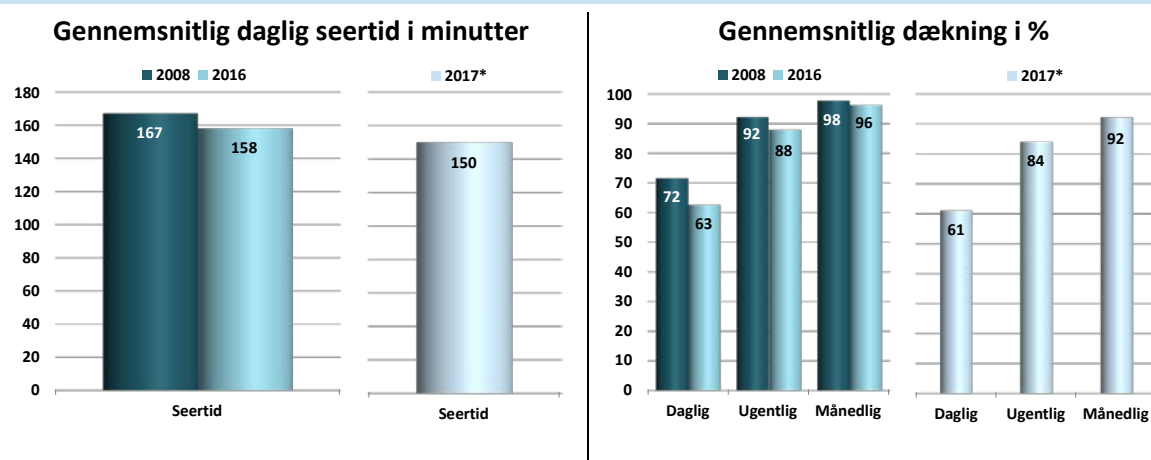
2 Hovedresultater og konklusion

Kapitlet beskriver danskernes tv-forbrug og deres brug af streamingtjenester. På grund af metodeændringer i Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen beskriver kapitlet som hovedregel udviklingen til og med 2016 og niveauet for 2017 opdelt.

- **Tv-forbrug:** Kapitlet beskriver danskernes tv-vaner og belyser blandt andet, hvor meget og hvor ofte danskerne ser tv, hvornår på døgnet flest ser tv, og hvilke kanaler der ses mest. Tv-forbruget bliver desuden beskrevet opdelt på alder og uddannelse.
- **Public service-tv over for ikke-public service-tv:** En beskrivelse af hvordan det samlede tv-forbrug fordeler sig mellem public service- og ikke-public service-tv. Herunder hvilke befolkningsgrupper (alder og uddannelse), der ser hvad.
- **Streaming:** Udbredelsen af streaming bliver gennemgået for befolkningen som helhed og opdelt efter alder.

I det følgende gennemgås rapportens hovedresultater.

Danskernes forbrug af tv er svundet ind de seneste 10 år



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

Univers 2008/2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover. Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover.

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Danskerne så tv i 2 timer og 30 minutter (150 minutter) i 2017. Det viser først og fremmest, at der fortsat bliver set meget tv i de danske hjem. Dækningen for 2017 viser desuden, at langt størstedelen af befolkningen fortsat ser tv på ugentligt basis.

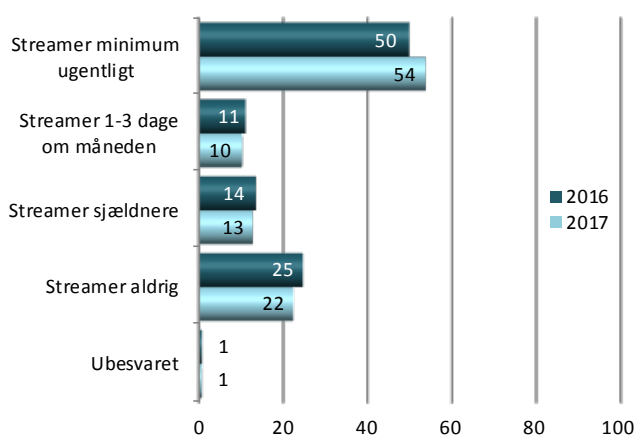
Udviklingen i tv-mediets dækning fra 2008 til 2016 (blandt tv-husstandene) antyder, at tv-mediet favner lidt smallere nu end tidligere. Faldet i den daglige og ugentlige dækning frem til 2016 indikerer, at en større andel af tv-seerne er blevet mere lavfrekvente. Og nedgangen i den månedlige dækning kunne antyde, at nogle tv-seere har valgt tv'et fra.

Niveauet for 2017 – som omfatter alle husstande – viser, at 61 % af danskerne ser tv på dagligt basis, 84 % ser tv på ugentligt basis og 92 % på månedligt basis.

Tendensen med faldende seertid og dækning betyder ikke nødvendigvis, at danskerne bruger *mindre* tid foran tv'et. Nedgangen skal ses i sammenhæng med en hastig udbredelse af smart-tv'et i de danske hjem – fra 24 % i 2010 til 53 % i 2017 (som der kan læses mere om i [kapitlet om Internetbrug og enheder](#)) – samt med udbredelsen og brugen af streamingtjenester (eksempelvis Netflix, HBO m.fl.), jf. nedenfor. Begge har skabt nye muligheder for at se indhold på måder, som kun delvist måles i Seer-Undersøgelsen.

I 2017 er andelen, som aldrig har prøvet at streame, mindre end i 2016 – og de, der streamer, streamer oftere

Hvor ofte streamer den danske befolkning i alderen 12 år og derover – andel i %. 2016-2017.



- Andelen, der **aldrig streamer**, går tilbage fra 25 % i 2016 til 22 % i 2017. Samlet er der altså flere, der streamer.
- Andelen, der **streamer minimum ugentligt**, går frem fra 50 % i 2016 til 54 % i 2017.
- Andelen, der **streamer sjældnere end ugentligt**, går tilbage fra 25 % i 2016 til 23 % i 2017.

Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2016 og 2017. Unvers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

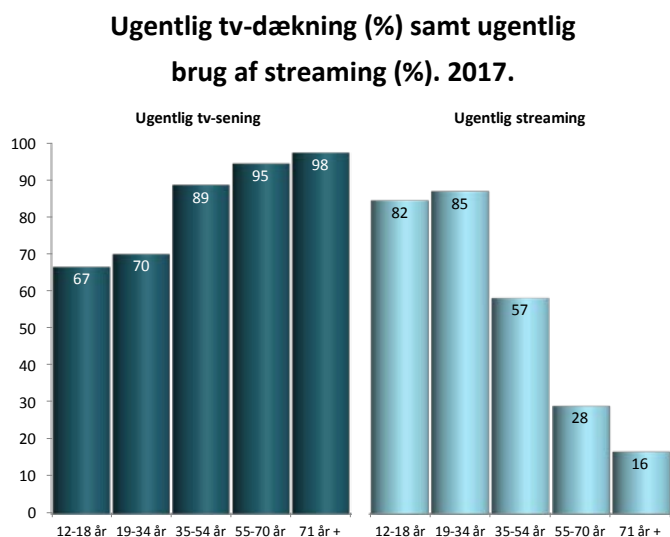
Udviklingen i seertid og dækning er ikke det eneste, der indikerer, at tv-vanerne er i forandring. Den teknologiske udvikling har skabt nye måder at se indhold på, og hvor vi tidligere var henvist til tv-kanalernes faste programplaner, har vi i dag i højere grad selv mulighed for at bestemme hvor og hvornår, vi vil se indhold via diverse streamingtilbud.

Fra 2016 til 2017 har der været et fald i andelen af personer, som **aldrig har prøvet at streame** (i befolkningen 12 år og derover). Det betyder modsat, at andelen, der **har prøvet at streame**, er vokset. Fremgangen sker udelukkende i andelen af danskere, som streamer ugentligt, og det er nu over halvdelen (54 %) af befolkningen (12 år og derover), som streamer minimum ugentligt.

Samlet set viser tallene for 2017, at

- der er færre, som aldrig har prøvet at streame;
- en større andel af danskerne har prøvet at streame;
- de, der streamer, streamer oftere.

Der er stor forskel på de yngre og de ældres tv- og streaming-vaner



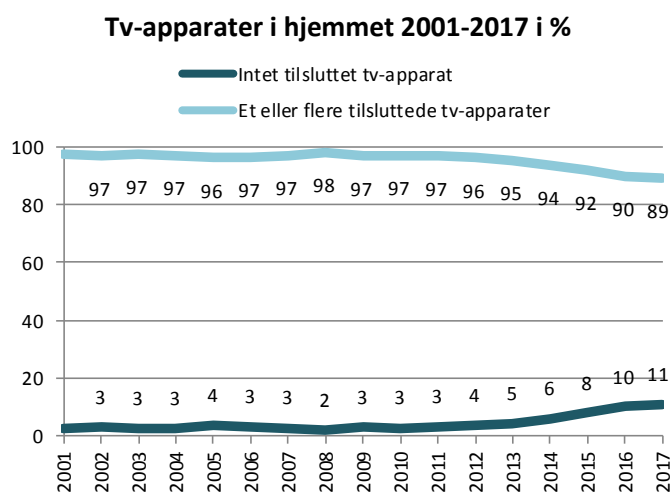
Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen samt Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2017. Univers: Alle husstande, personer i alderen 12 år og derover. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

- Der er fortsat en tydelig sammenhæng mellem tv-vaner og alder: **Jo ældre, jo større andel ser tv ugentligt.**
- En modsat sammenhæng gør sig gældende i forhold til brug af streaming. Her gælder det: **Jo ældre, jo mindre andel streamer ugentligt.**

Selvom 54 % af befolkningen i alderen 12 år og derover i 2017 streamer ugentligt, og 84 % ser tv minimum ugentligt, er der store aldersbetingede forskelle.

Eksempelvis er andelen af befolkningen mellem 12 og 34 år, som streamer ugentligt i 2017, langt over 54 %. Modsat er andelen langt under 54 %, når det gælder befolkningen over 55 år. For de 35-54-årige er andelen, der streamer ugentligt (57 %), forholdsvis tæt på gennemsnittet i befolkningen. Generelt gælder det, at jo ældre, jo mindre andel streamer ugentligt. Modsat er det for tv. Her gælder det, jo ældre, jo større andel ser tv ugentligt.

Andelen af husstande uden et tv med tv-signal øges



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen – Annual Survey/Establishment Survey. Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

- Langt størstedelen af de danske husstande har fortsat mindst ét tv-apparat med tilsluttet tv-signal i 2017 (89 %).
- Siden 2012 er andelen af husstande uden et tilsluttet tv vokset fra 4 til 11 %.
- I 2017 er andelen af husstande uden et tilsluttet tv vokset fra 10 % i 2016 til 11 % i 2017.

Siden 2012 er andelen af husstande uden et tv-apparat tilsluttet et traditionelt tv-signal vokset fra et tidligere fast lavt niveau på mellem 3 % og 4 % til et niveau på 11 % i 2017.

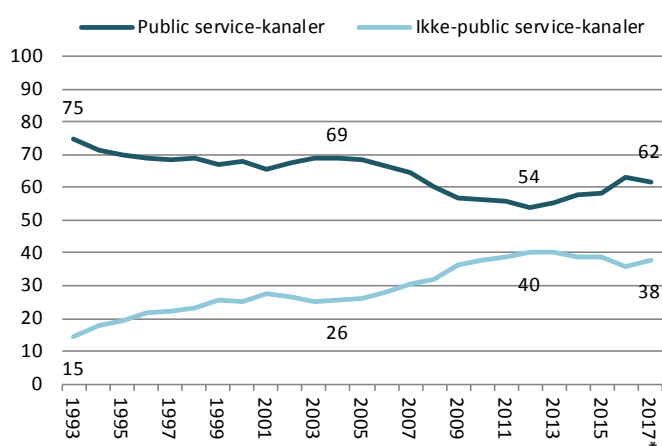
Tendensen er mest udbredt i livsfasesegmentet "unge enlige eller par uden børn". I modsatte ende af skalaen er de ældre, hvor stort set alle fortsat har et tv-apparat i hjemmet.

	Alle	Unge enlige eller par uden børn	Enlige eller par uden børn	Forældre med hjemmeboende børn under 12 år	Forældre med hjemmeboende børn over 12 år	Ældre
2017	11 %	37 %	14 %	13 %	7 %	3 %

Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen – Annual Survey/Establishment Survey. Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover.

Public service-tv fylder mest i danskernes tv-forbrug

Public service- og ikke-public service-tv's seerandel i %



- Fra 2012 til 2016 er andelen af det samlede tv-forbrug, der foregår på public service-kanaler generelt vokset.
- Størstedelen af tv-forbruget blandt hele befolkningen i 2017 er fortsat public service-tv (62 %).

Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

Univers 1992/2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover. Univers: 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover.

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted). ** At "Alle danske public service-kanaler" og "Ikke-public service-kanaler" ikke summer til 100 % skyldes blandt andet, at det alene er de danske public servicekanaler, der indgår i "Public service-tv"-kategorien i dette kapitel.

Hovedkanalerne TV 2 og DR1 står med hhv. 24 % og 23 % af det samlede tv-forbrug for langt størstedelen af public service-tv's samlede seerandel på 62 %.

Betragtes udviklingen helt tilbage fra 1992, tabte public service-tv terræn frem til 2012, hvor public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug var på sit laveste niveau i hele den målte periode (54 %). Samtidig brugte danskerne en voksende andel af deres samlede tv-forbrug på ikke-public service-tv. Efter 2012 vendte udviklingen, og public service-tv voksede kontinuerligt frem til 2016, hvor public service-tv stod for 63 % af den samlede tv-sening.

I 2017 står public service-tv – nu opgjort blandt hele befolkningen – stadig for den største andel af det samlede tv-forbrug (62 %).

3 Tv-forbruget er i forandring

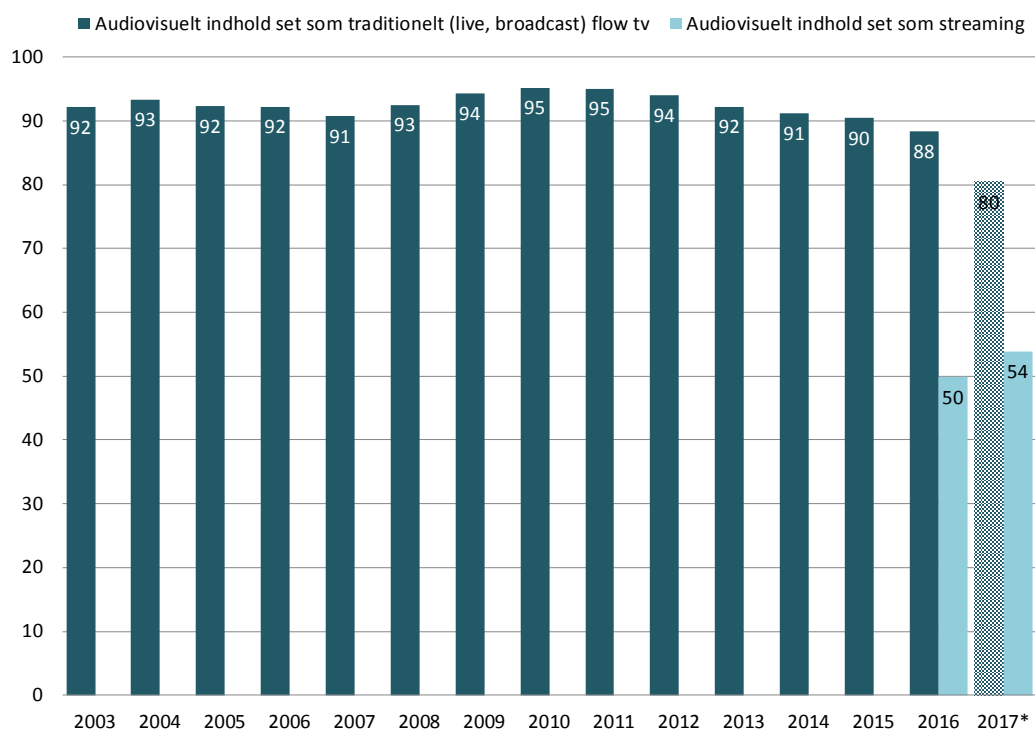
Danskernes tv-forbrug er i forandring. Den teknologiske udvikling har skabt nye måder at se audiovisuelt indhold på, og hvor vi tidligere var henvist til tv-kanalernes faste programplaner, har vi i dag i højere grad selv mulighed for at bestemme hvor og hvornår, vi vil se indhold.

Forandringen kommer til udtryk flere steder i kapitlet. Dels ved at færre husstande vælger at få tv distribueret via et traditionelt tv-signal (jf. afsnit 4); dels i lavere gennemsnitlig daglig seertid såvel som dækning for tv de senere år (jf. afsnit 5); samt i fortsat vækst i andelen, som streamer minimum ugentligt (jf. afsnit 7).

Forandringen i danskernes tv-forbrug betyder også, at der ikke findes en officiel opgørelse af tidsforbruget på tværs af tv og streaming, der medregner tjenester som Netflix og YouTube. Så selvom tallene i afsnit 4 viser, at danskerne siden 2012 har reduceret deres tv-forbrug, betyder det ikke nødvendigvis, at de bruger mindre tid foran tv'et: Udbredelsen af streaming, hvor en række af de store aktører ikke måles, samt udbredelsen af smart-tv, spillekonsoller mv. kunne indikere, at danskerne bruger *mere* tid foran tv'et.

For at sætte det samlede forbrug af audiovisuelt indhold i fælles perspektiv, forsøges – med forbehold for forskelle i opgørelsesmetode – indledningsvist at vise tv og streaming under ét.

Figur 1: Ugentlig dækning af traditionelt tv (live) samt streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder minimum ugentligt, befolkningen i alderen 12 år og derover, 2003-2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen (live, broadcast) og Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2016 og 2017 (streaming)
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

* Tallene for "flow" tv vedr. 2017 er ikke direkte sammenlignelige med perioden før 2017 grundet metodeændring i Seer-Undersøgelsen. Tallene for tv er i ovenstående opgjøret udelukkende som "live" sendt via "broadcast". Desuden bestod universet i Seer-Undersøgelsen frem til 2017 udelukkende af tv-husstande, mens universet efter 2017 omfatter hele befolkningen.

De seneste år har tendensen været, at sening af broadcast tv – det vil sige klassisk tv set lineært via et traditionelt tv-signal – har været nedadgående målt både på dækning og seertid.

I 2017 var den ugentlige dækning 80 % i befolkningen (personer i alderen 12 år og derover), jf. Figur 1 ovenfor. I 2010 var dækningen oppe på 95 %, dog dengang opgjort udelukkende for personer i tv-husstande.

Samtidig med at andelen af danskere, der ser broadcast tv ugentligt, er blevet mindre, er andelen, der streamer audiovisuelt indhold ugentligt blevet større. På ugebasis var det 54 % af befolkningen (i alderen 12 år og derover), der enten streamede spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder minimum ugentligt i 2017. Det er 4 procentpoint mere end i 2016, hvor andelen var 50 %.

Udviklingen afspejler, at tv som begreb er under forandring. Hjulpet på vej af adgang til høje internethastigheder, besiddelse af relevant digitalt udstyr samt ikke mindst en kraftig stigning i udbuddet af streamingtjenester og videodelingsplatforme er brugeradfærden i hastig udvikling – især i visse aldersgrupper.

Streamingtjenester udbydes i Danmark af en lang række forskelligartede aktører:

- Tv-stationerne udbyder deres egne streamingtjenester – såsom DR TV, TV 2 Play, D Play og Viaplay. De indeholder typisk de samme tv-programmer som kanaludbydernes lineære tv-kanaler (flow-tv-kanaler). I modsætning til det lineære-tv giver kanaludbydernes streamingtjenester ofte også mulighed for en række Video on Demand (VoD)-funktioner, programarkiver og endog "snigpremiere" på udvalgte programmer, ligesom det er muligt blot at streame de lineære tv-kanaler fx på et smart-tv, en tablet eller en smartphone.
- Tv-distributørerne udbyder ligeledes deres egne streamingtjenester. Funktionalitetsmæssigt består de typisk i forskellige VoD-funktioner i tilknytning til kundernes tv-pakke, men de indeholder ofte også leje af film og serier. Dertil kommer, at tv- og tele-distributørerne ofte tilbyder streamingtjenester i samarbejde med eksterne tredjeparter, fx Netflix eller TV 2 Play, som en del af kundernes samlede produktpakke (se også analysen [Forbrug og Priser 2018](#), som berører denne udvikling).
- I tillæg til streaming-udbuddet fra tv-stationerne og tv-distributørerne har de danske forbrugere også stiftet bekendtskab med mere eller mindre selvstændige streamingtjenesteudbydere. De største af disse er primært udenlandske aktører som Netflix, Amazon Prime og HBO, men der er også danske og skandinaviske tjenester, eksempelvis Min Bio fra Nordisk Film.

Et overblik over udbuddet af digitale tjenester i Danmark kan fås på:

<http://www.sharewithcare.dk/digitale-tjenester/>

Der findes ikke én fælles brancheanerkendt måling af danskernes brug af streaming eller af danskernes samlede brug af audiovisuelt indhold. Der er dog udbredt enighed om, at stre-

aming af spillefilm, serier/programmer mv. for alvor fik sit gennembrud i slutningen af 2012, hvor amerikanske Netflix blev lanceret i Danmark, samt at nedgangen i danskernes brug af tv er relateret til streamingtjenesternes fremkomst.

Når det allerede er over halvdelen af befolkningen i alderen 12 år og derover, der streamer spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder minimum ugentligt, er der således tale om en markant udvikling, som på ganske få år har vundet stor udbredelse i befolkningen – formentlig på bekostning af broadcast tv.

I læsningen af afsnit 5 og 6 om danskernes tv-forbrug, er det derfor vigtig at være opmærksom på udviklingen beskrevet ovenfor og på den anvendte metode bag målingen af seertallene. Seer-Undersøgelsen – som er den primære datakilde i afsnit 5 og 6 – bruges til at belyse befolkningens tv-forbrug. Danskernes brug af streamingtjenester – både tv-stationerne, tv-distributørernes og de selvstændige aktørers – gennemgås særskilt i afsnit 7.

4 Tv-husstande og tv-kanaler i Danmark

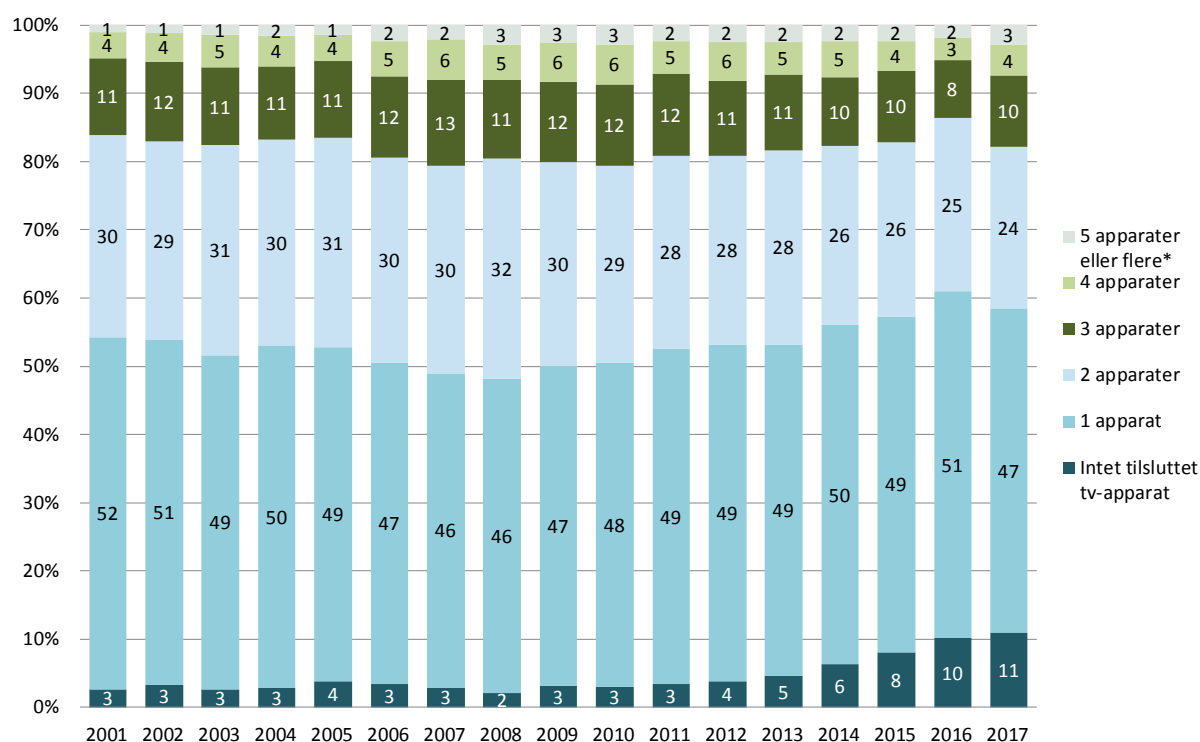
4.1 Tv-husstande i Danmark

Andelen af tv-husstande – dvs. husstande som har minimum ét tv-apparat, som er *tilsluttet med tv-signal* (herefter et tilsluttet tv) – er fortsat faldende. I 2017 var det således 89 % af husstandene i Danmark, som havde ét tilsluttet tv i hjemmet, og dermed 11 % som ikke havde et tilsluttet tv.

For blot fem år siden havde 96 % af husstandene minimum ét tilsluttet tv, og dermed var der blot 4 %, som ikke havde et tv-apparat. Før 2012 var andelen af husstande uden tv stort set konstant.

Når 11 % af husstandene ikke havde et tilsluttet tv i 2017, er der således tale om et relativt nyt fænomen.

Figur 2: Andel af husstande (%) opdelt efter antal tilsluttede tv-apparater. 2001-2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen - Annual Survey/Establishment Survey
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover
*) NB lille stikprøve

Hvem der har, eller ikke har, mindst ét tilsluttet tv er langt fra ligeligt fordelt i befolkningen. Ses der på fordelingen i forhold til forskellige livscyklus-faser, er det særligt de "unge enlige eller par uden børn", der skiller sig ud fra de øvrige livsfaser, jf. Tabel 1 nedenfor.

Blandt de "unge enlige eller par uden børn" var det hele 37 %, som ikke havde ét tilsluttet tv i 2017, og derved mere end tre gange så mange, som gennemsnittet i befolkningen.

Tabel 1: Andel af livsfasesegment (%) uden minimum ét tilsluttet tv. 2017

	Alle	Unge enlige eller par uden børn	Enlige eller par uden børn	Forældre med hjemmeboende børn under 12 år	Forældre med hjemmeboende børn over 12 år	Ældre
2017	11,0 %	36,9 %	13,6 %	12,5 %	7,3 %	3,1 %

Kilde: Kantar Gallups Seer-Undersøgelsen - Annual Survey. Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

At en større andel af danskerne har valgt ikke at have et tilsluttet tv i hjemmet, er ikke nødvendigvis ensbetydende med, at færre danskere har et tv-apparat i hjemmet. Spørgsmålet i Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen/Annual Survey afdækker alene, hvorvidt respondenter har et tv-apparat, der er tilsluttet et traditionelt tv-signal. De 11 % af befolkningen uden et tilsluttet tv kan således sagtens have et tv-apparat i husstanden, som de bruger til at se indhold via internettet i stedet for via broadcast tv.

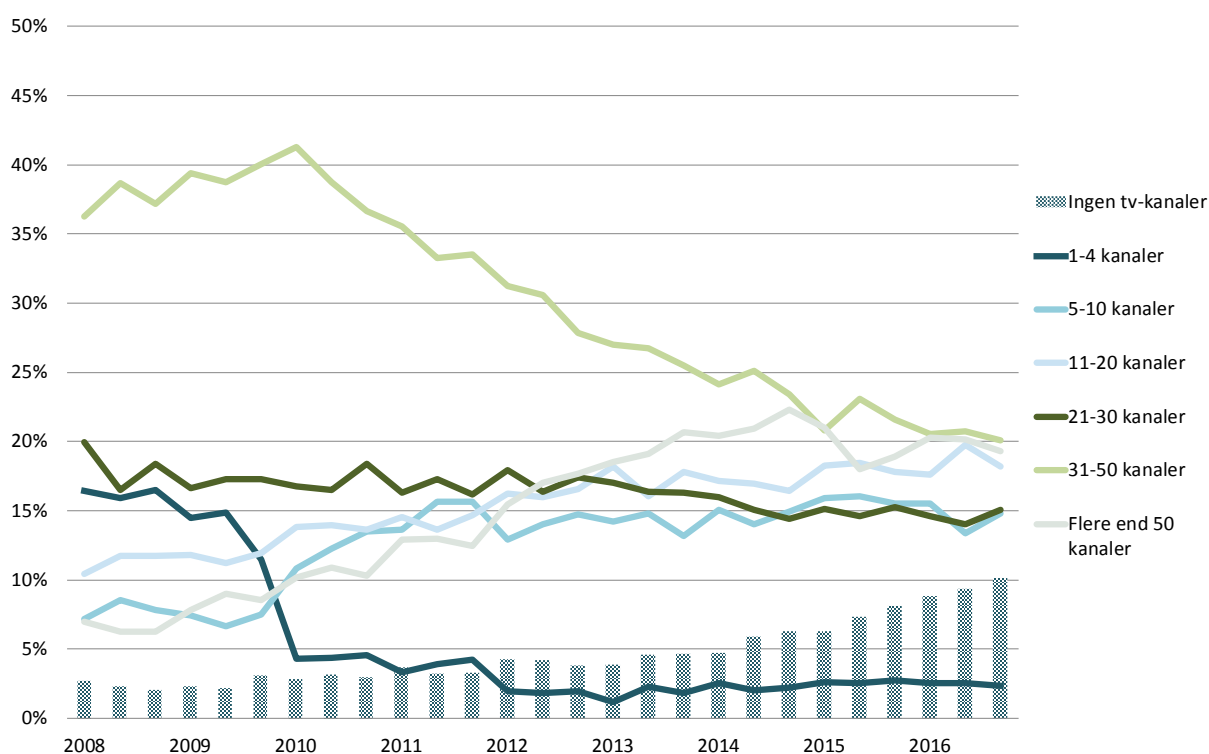
I kapitlet "[Internetbrug og enheder 2018](#)" fremgår det eksempelvis at en større og større andel af de danske husstande har et smart-tv, som udover at se broadcast tv også kan bruges til at se indhold via internettet.

4.2 Tv-kanaler i de danske husstande

Spørgsmålet vedrørende antallet af tv-kanaler i de danske husstande er ikke videreført ved overgangen fra Tv-Meter Undersøgelsen til Seer-Undersøgelsen. Da opgørelsen ikke var med i rapporten sidste år, er opgørelsen taget med i år, selvom de seneste tal vedrører 2016.

I det følgende beskrives udviklingen i, hvor mange tv-kanaler husstandene abonnerer på. Udviklingen kan ses grafisk af Figur 3 nedenfor.

Figur 3: Andel af danske husstande (%) segmenteret efter antal tv-kanaler. 2008-2016.



Kilde: Kantar Gallups Seer-Undersøgelsen - Annual Survey/Establishment Survey. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover.

Fra 2008 til 2016 er andelen af husstande uden tv-kanaler vokset fra 3 % til 10 %. Blandt de resterende 90 % – som altså stadig havde tv-kanaler i 2016 – er der fra 2008 til 2016 sket store forskydninger antallet af tv-kanaler, der modtages:

- Andelen af husstande med de største tv-pakker – det vil sige med flere end 50 kanaler – er siden 2008 gået frem fra blot 6 % til 20 % i 2016. Udviklingen de senere år kunne indikere, at andelen har stabiliseret sig omkring dette niveau.
- Samtidig er andelen af husstande med 31-50 tv-kanaler og 21-30 tv-kanaler gået tilbage – dvs. mellemstørrelse tv-pakkerne. Den traditionelt mest udbredte tv-pakkestørrelse med 31-50 tv-kanaler er faldet kraftigst: Fra 37 % af husstandene i 2008 til omkring 20 % i 2016. Andelen af husstande med 21-30 tv-kanaler er også faldet – dog mere moderat fra 18 % i 2008 til omkring 15 % i 2016.
- Andelen af husstande med under fire tv-kanaler er også gået markant tilbage fra 2008 til 2016: Fra 16 % til 2 %. Tilbagegangen sker brat fra 2009 til 2010 og må formodes at hænge sammen med slukningen af det analoge jordbaserede sendenet den 31. oktober 2009.
- Andelen af husstande med 5-10 kanaler og 11-20 kanaler er steget hhv. fra 8 % til 15 % og fra 12 % til 18 %. En stor del af stigningen – særligt i andelen af husstande med 5-10 kanaler – sker fra 2009 til 2010.

5 Tv-forbruget i Danmark

5.1 Den gennemsnitlige tv-sening

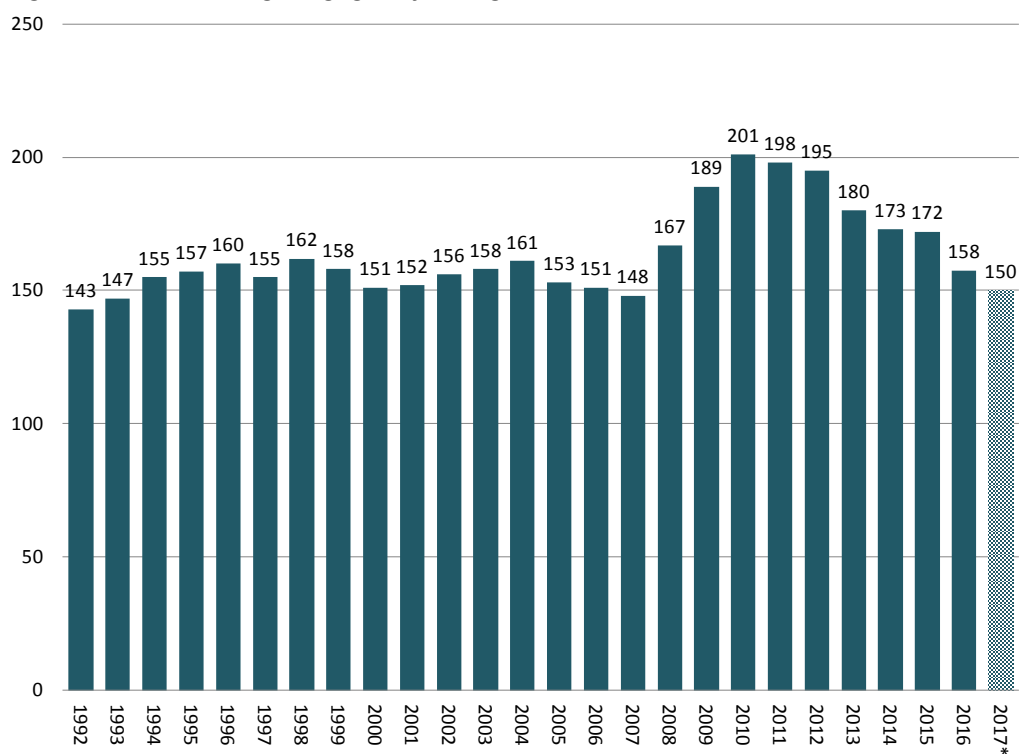
I 2017 så danskerne i gennemsnit tv i 2 timer og 30 minutter dagligt (150 minutter), jf. Figur 4 nedenfor. Af det var 141 minutter live og 9 minutter tidsforskudt.

Selvom niveauet grundet metodeændringer i Seer-Undersøgelsen ikke direkte kan sammenlignes med tidligere år, synes niveauet markant lavere end niveauet i 2010 (3 timer og 20 minutter), som var det år, hvor der blev set mest tv i den målte periode.

Kigger vi på tv-mediets dækning – et udtryk for *andelen* eller *antallet* af danskere, som har set minimum 5 minutters sammenhængende tv på en gennemsnitlig dag, uge eller måned – var den daglige dækning i 2017 61 %, den ugentlig dækning 84 % og den månedlig dækning 92 %, jf. Figur 5 nedenfor.

Seertiden viser, at der fortsat ses langt over to timers tv om dagen. Og dækningen bevidner, at en stor andel af befolkningen fortsat ser tv dagligt (61 %) – og hvis ikke dagligt så ugentligt (84 %) eller månedligt (92 %). Men sammenligner vi niveauerne for 2017 med perioden før 2008 – og dermed før den teknologiske udvikling gjorde tidsforskudt sening mainstream og før husstandene i stigende grad valgte tv-kanalerne fra – indikerer udviklingen, at tv-mediet er i nedgang.

Figur 4: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter. 1992-2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-hustande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

I sammenligning med perioden før 2008 – altså før årene karakteriseret af seertidsrekorder, streaming og faldende andel tv-husstande – kan seertidsniveauet for 2016 dog næsten ligne en "normalisering" af danskernes daglige tv-forbrug. Før 2008 så danskerne gennemsnitligt 150 til 160 minutters tv om dagen – det gjorde de også i 2016. I 2017 er niveauet tilsvarende (150 minutter) – om end ikke direkte sammenligneligt med før 2017, da seertiden i 2017 opgøres blandt hele befolkningen og inklusiv tidsforskudt sening i op til syv dage.

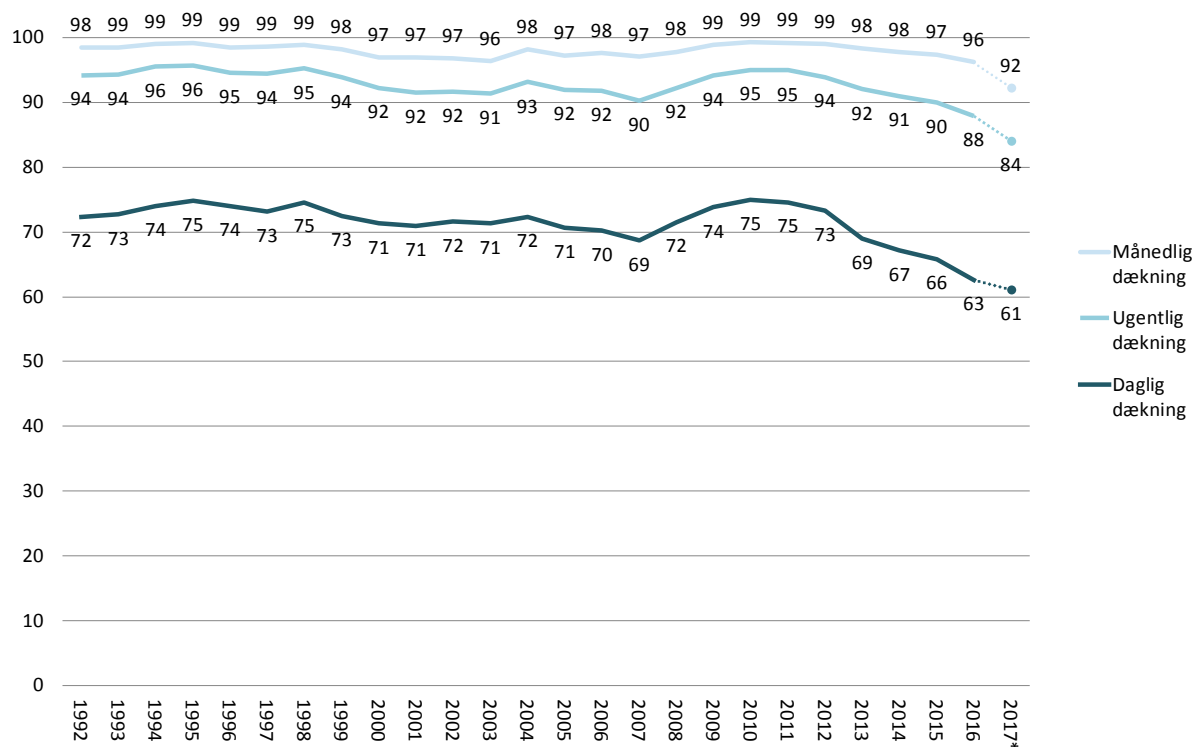
At der alligevel ikke er tale om en "normalisering" ses måske tydeligst i tv-mediets dækning. En markant mindre andel har set tv dagligt, ugentligt, månedligt de senere år sammenlignet med 2008 – og dermed synes alt ikke bare, som det plejer, jf. Figur 5 nedenfor.

Udviklingen blandt tv-husstandene frem til 2016 – såvel som niveauet for hele befolkningen i 2017 – antyder, at tv-mediet favner smallere nu end tidligere.

Faldet i den daglige og ugentlige dækning frem til 2016 indikerer, at en større andel tv-seere er blevet mere lavfrekvente seere af tv. Nedgangen i den månedlige dækning kunne antyde, at en mindre andel tv-seere har valgt tv'et helt fra.

Niveauet for 2017 – som omfatter alle husstande – viser, at 61 % af danskerne ser tv på dagligt basis, 84 % ser tv på ugentligt basis og 92 % på månedligt basis.

Figur 5: Gennemsnitlig dækning (%). 1992-2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Tendensen med faldende i seertid og dækning efter 2010 betyder ikke nødvendigvis, at danskerne bruger *mindre* tid foran tv-apparatet. Nedgangen skal ses i sammenhæng med en hastig

udbredelse af smart-tv'et i de danske hjem – fra 24 % i 2010 til 53 % i 2017 (som der kan læses mere om i [kapitlet om Internetbrug og enheder 2018](#)) – samt med udbredelsen og brugen af streamingtjenester (eksempelvis Netflix, HBO m.fl.). Begge har skabt nye muligheder for at se indhold på måder, som kun delvist måles i Seer-Undersøgelsen.

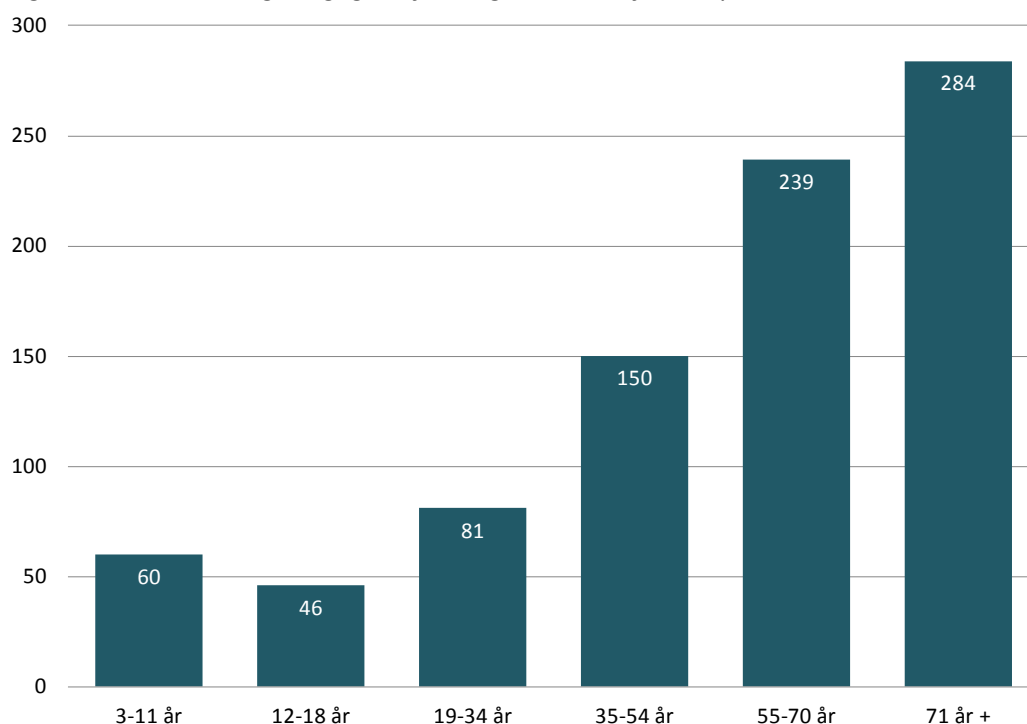
5.2 Tv-seernes demografi

I de følgende afsnit opdeles tv-forbruget ud fra alder og uddannelse. To faktorer som begge har indflydelse på danskernes tv-vaner.

5.2.1 Alder

Der har længe eksisteret en tydelig sammenhæng mellem tv-forbruget og alder: Jo ældre, jo mere tid bruges på traditionelt tv. Den sammenhæng gør sig fortsat gældende ved den nye metode, hvor der måles på hele befolkningen. Det fremgår tydeligt af Figur 6 nedenfor.

Figur 6: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter fordelt på alder. 2017.



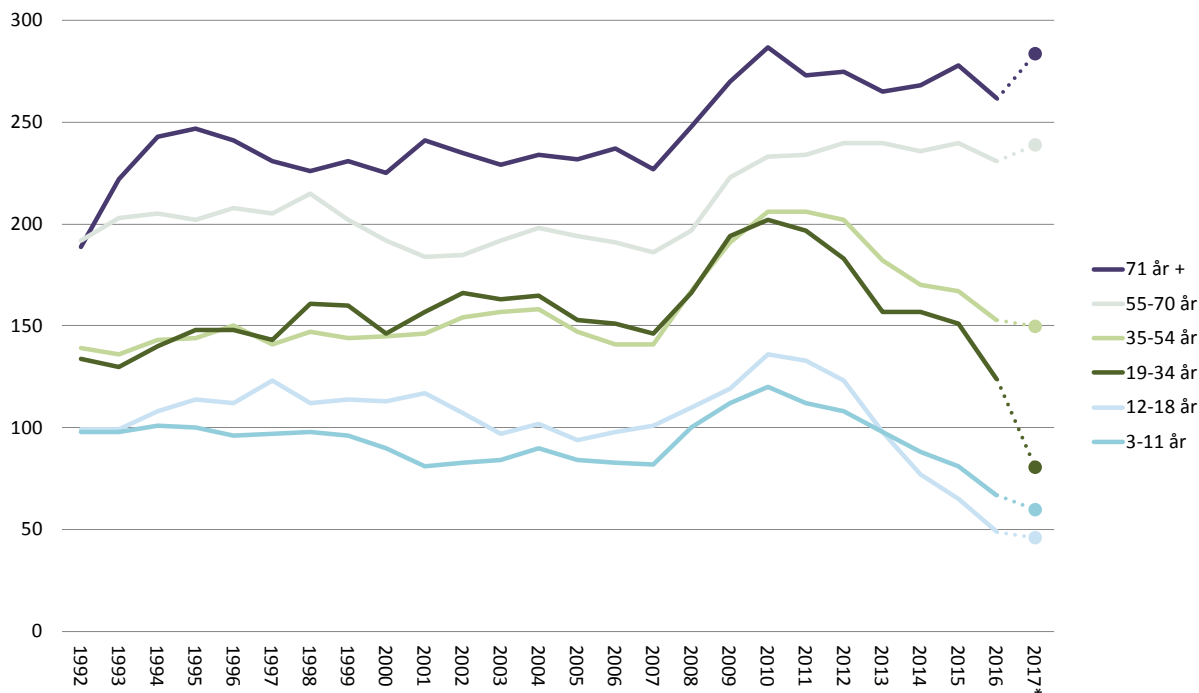
Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

Forskellene – som har været der også historisk – er blevet markant tydeligere de senere år. Det skyldes, at de unge har reduceret deres tv-forbrug markant, mens de ældre i vid udstrækning har fastholdt eller øget deres forbrug. Dette ses af Figur 7 nedenfor, som viser udvikling i seer-tid blandt personer i tv-husstande fra 1992 til 2016 (live + VOSDAL) og niveauet for 2017 blandt hele befolkningen (live + VOSDAL + TS).

Når de unge reducerer forbruget, mens de ældre fastholder eller øger forbruget, bidrager det til, at forskellene mellem unge og ældre – som også er blevet omtalt tidligere år – vokser.

Figur 7: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter efter alder. 1992-2017.



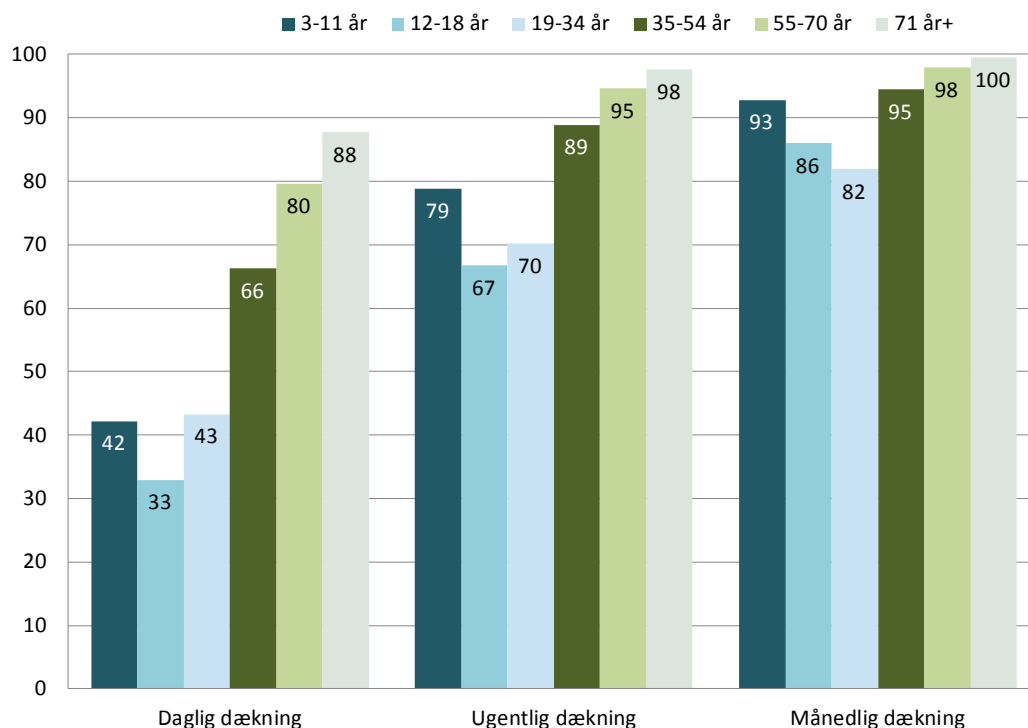
Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-hustande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Forskellen aldersgrupperne i mellem ses også i tv-mediets dækning – det vil sige, hvor stor en andel af befolkningen tv-mediet er i kontakt med på en gennemsnitlig dag, uge eller måned.

Figur 8: Daglig, ugentlig og månedlig dækning (%) i befolkningen fordelt på alder. 2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

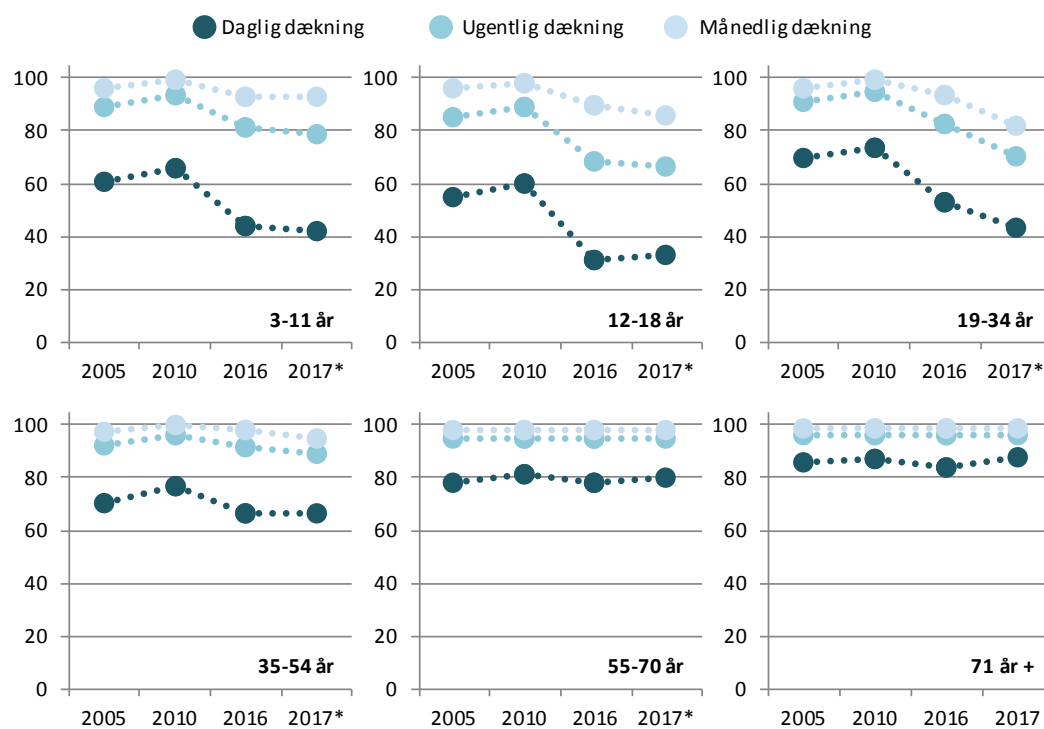
Univers: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

Af Figur 8 ovenfor, som viser dækningen fordelt på aldersgrupper for hele befolkningen i 2017, ses det, at de to ældste aldersgrupper har den klart højeste dækning, mens de 12-18-årige samt de 19-34-årige har den absolut laveste dækning – hvad enten der er tale om daglig, ugentlig eller månedlig dækning.

Som vi skal se i afsnit 7, er udviklingen modsat, når det drejer sig om streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder. Her er det blandt de 12-34-årige, at flest streamer.

Ved den gamle opgørelsesmetode – dvs. udelukkende blandt tv-husstandene og udelukkende programmer set live samt samme dag som live – steg den daglige, ugentlige og månedlige dækning moderat for samtlige aldersgrupper indtil 2009. Siden 2010 begyndte dækningen at falde for aldersgrupper under 55 år. Mest udtalt er udviklingen dog i befolkningen under 35 år, jf. Figur 9 nedenfor.

Figur 9: Daglig, ugentlig og månedlig dækning (%) fordelt på alder. 2005, 2010, 2016 og 2017.



Kilde: Kantar Gallups Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

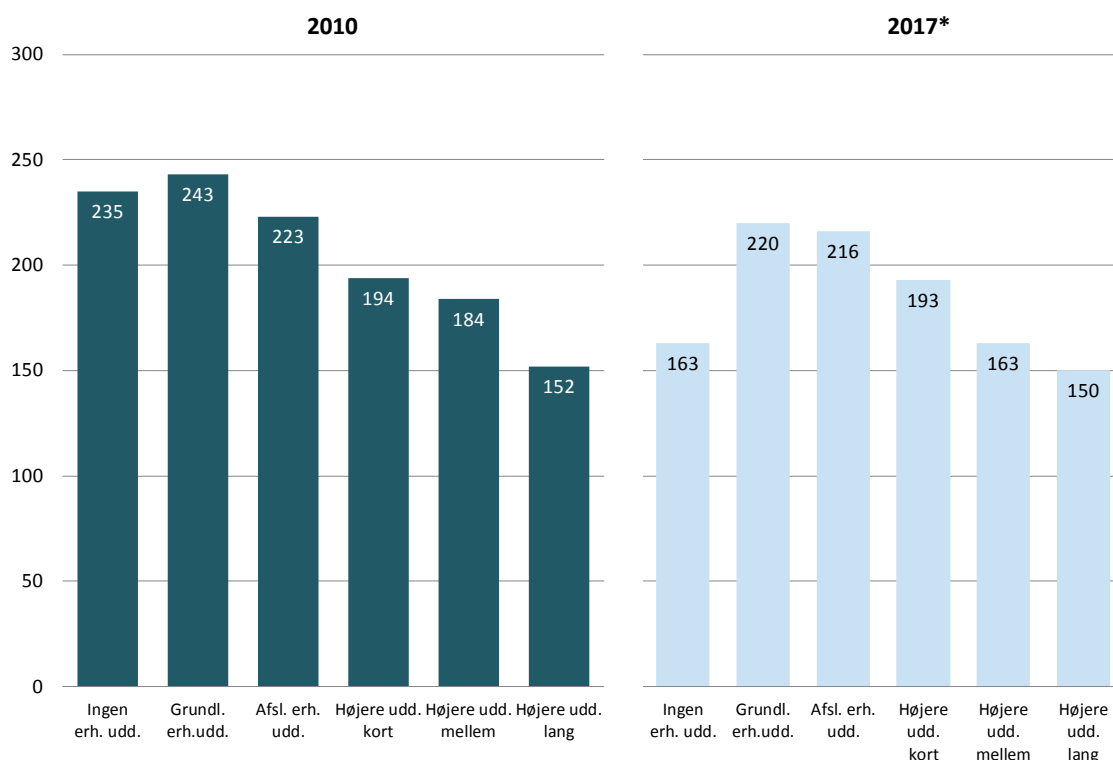
Udviklingen i daglig, ugentlig og månedlig dækning fra 2005 til 2016 (for tv-husstandene), såvel som niveauet i 2017 (for befolkningen) indikerer, at en større andel i de yngre seere er blevet mere lavfrekvente (faldet i den daglige og ugentlige dækning), end det er tilfældet blandt de ældre. Samtidig indikerer udviklingen, at en større andel end tidligere end ikke ser tv månedligt.

5.2.2 Uddannelse

Uddannelsesniveau synes også at spille en rolle i forhold til, hvor meget tv man ser. Generelt gælder det, at jo længere uddannelse, des lavere dagligt tidsforbrug på tv.

Den sammenhæng gør sig fortsat gældende ved den nye metode, men som det fremgår af Figur 10 nedenfor, er der skubbet en smule til billedet. Det skyldes særligt, at personer tilhørende uddannelsesgruppen "ingen erhvervsuddannelse" har et markant lavere tv-forbrug i 2017 (163 minutter) sammenlignet med 2010 (235 minutter).

Figur 10: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter efter erhvervsuddannelse. 2010 og 2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2010: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover

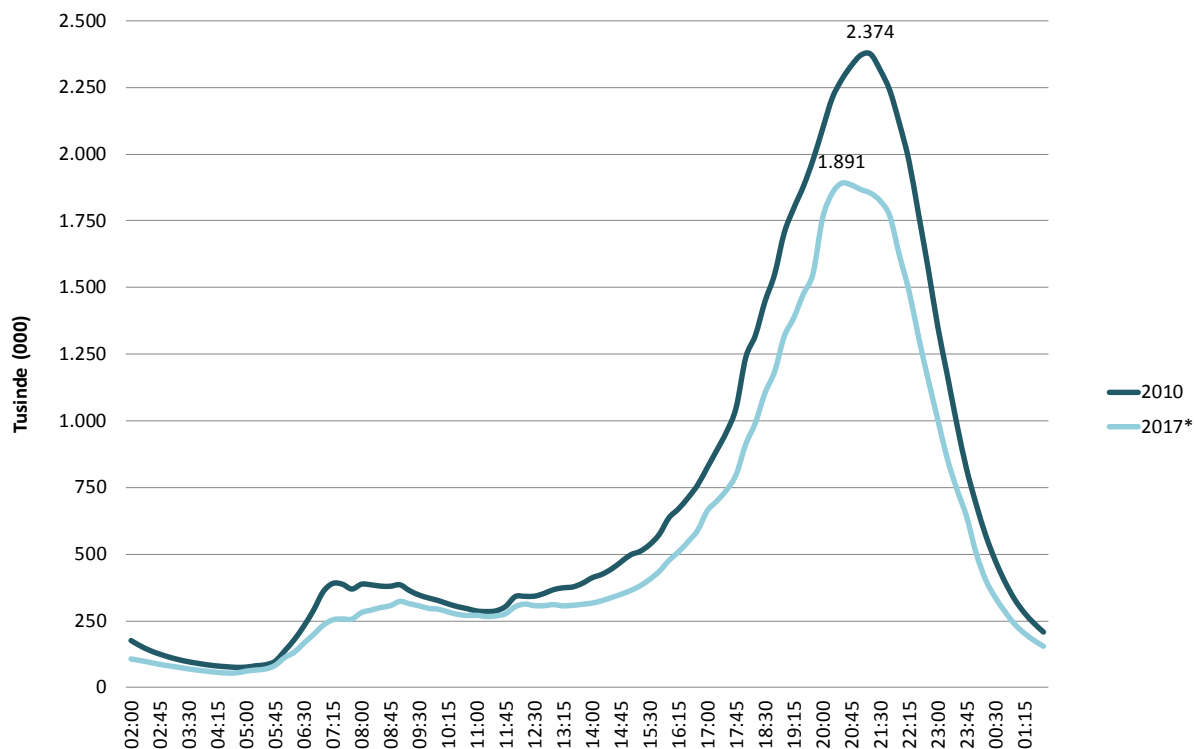
* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

5.3 Tv's døgnflow

Forbruget af tv er langt fra ligeligt fordelt over døgnets timer. Betragter vi seerflowet – det vil sige, hvor mange der ser tv på et givent tidspunkt – gælder det generelt, at uanset tidspunkt ser færre tv i 2017 sammenlignet med 2010.

Høj- og lavpunkt er dog fortsat i aftentimerne: Flest ser tv mellem kl. 20-22, jf. Figur 11 nedenfor. I det mest sete kvarter i 2010 – fra kl. 21:15 og 21:30 – så 2,4 mio. danskere tv. I det mest sete kvarter i 2017 – fra kl. 20:30 til 20:45 – så "kun" 1,9 mio. seere med. Udviklingen bidrager til, at der bliver længere i mellem programmer, som samler over én million danskere foran tv-skærmen.

Figur 11: Gennemsnitlig seer-flow i tusinde efter tidspunkt på døgnet, mandag til fredag, 2010 og 2017



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 2010: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

5.4 De mest sete tv-kanaler

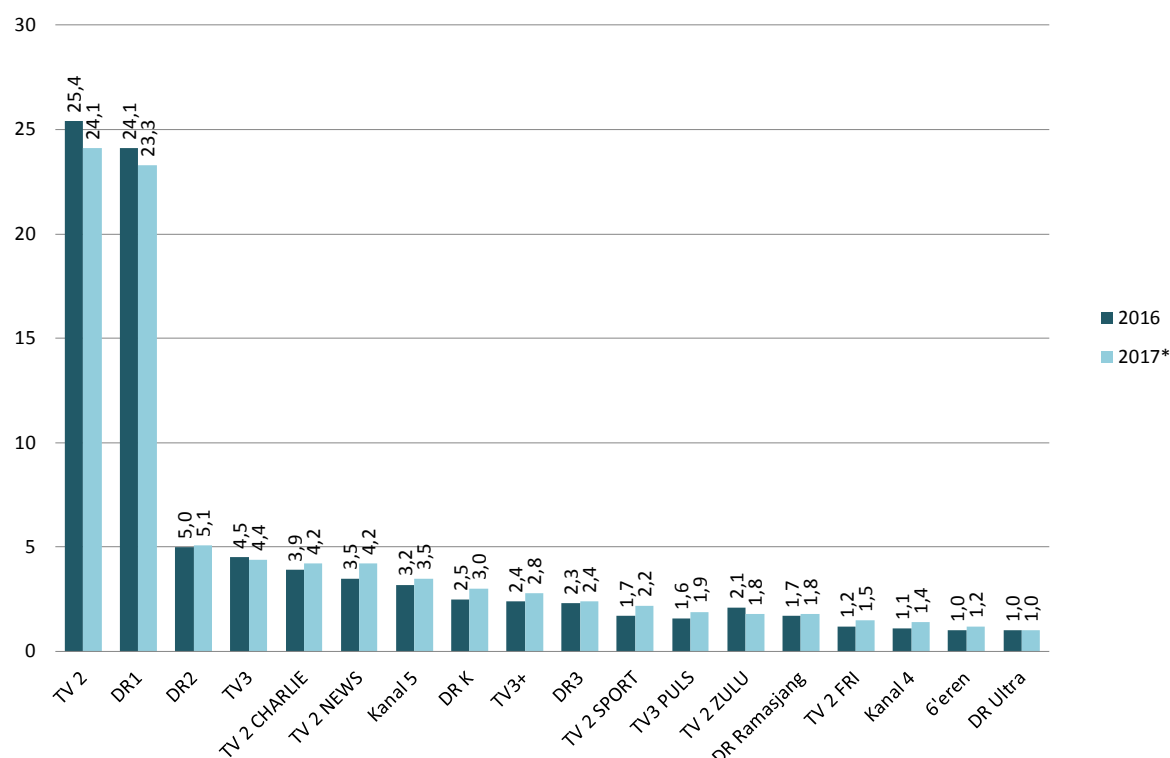
5.4.1 Top 10

De kanaler, som blev set absolut mest i 2017, var i lighed med tidligere år TV 2 (hovedkanalen), hvis seerandel (også kaldet share) var 24,1 %, og dernæst DR1, som stod for 23,3 % af det samlede tv-forbrug. De to kanaler stod altså samlet for tæt ved halvdelen af den samlede tv-sening i 2017.

Fra TV 2 og DR1 er der et meget stort fald ned til de efterfølgende kanaler. Den tredje mest sete kanal i 2017 var DR2, hvis andel af det samlede tv-forbrug udgjorde 5,1 %. Både DR1 og TV 2 er altså mere end fem gange større end den tredjestørste tv-kanal.

Hvad angår udviklingen på de øvrige tv-kanaler på top 10-listen, har de fleste kanaler oplevet fremgang i forhold til sidste år, dog med undtagelse af TV3 og TV 2 Zulu. Den største fremgang er hos TV 2 NEWS, som vandt 0,7 procentpoint.

Figur 12: De mest sete kanaler opgjort efter seerandel (%). 2016 og 2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

5.4.2 Hvem ser hvad

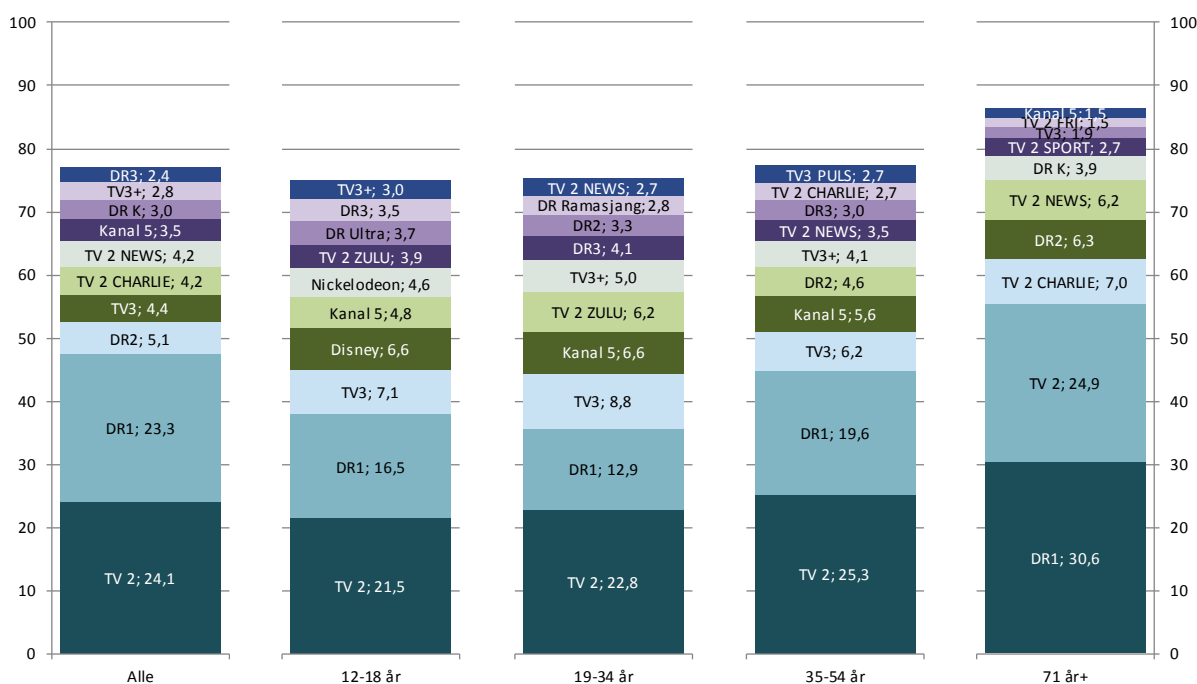
Listen over de 10 mest sete kanaler varierer noget alt efter aldersgruppe. Figur 13 nedenfor viser de 10 mest sete tv-kanaler i befolkningen generelt og hos henholdsvis de 12-18-årige, de 19-34-årige, de 35-54-årige og for dem over 71 år.

Blandt aldersgrupperne vist nedenfor fremgår det, at DR1 og TV 2 fylder meget hos alle, dog synes der at være en vis variation i hvilke kanaler, der er mest udbredt aldersgrupperne i mellem. Eksempelvis indgår TV 2 Charlie i top 10 hos personer over 71 år og hos de 35-54-årige, mens den ikke indgår hos personer yngre end 35 år. Modsat indgår eksempelvis Disney Channel og Nickelodeon udelukkende i top 10 for de 12-18-årige.

Samtidig fremgår det delvist af Figur 13 og mere detaljeret af Tabel 2 nedenfor, at der er stor forskel på, hvor stor en andel de 10 mest sete kanaler udgør af det samlede forbrug i de enkelte aldersgrupper.

Hos de 12-18-årige, 19-34-årige og 35-54-årige udgør de 10 mest sete kanaler henholdsvis 75,1 %, 75,2 % og 77,3 % af det samlede tv-forbrug i 2017. Hos de 3-11-årige, de 55-70-årige og dem på 71 år og derover udgør de 10 mest sete kanaler henholdsvis 84,2 %, 82,8 % og 86,5 %. Det indikerer, at personer mellem 12 og 34 år spreder deres tv-forbrug på flere tv-kanaler end de øvrige aldersgrupper. Og modsat: At de ældre og de alleryngste koncentrerer deres tv-forbrug på færre tv-kanaler.

Figur 13: Topliste – de 10 mest sete kanaler opdelt efter alder baseret på seerandel (%). 2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Alle husstande, personer i alderen 12 år og derover

Tabel 2 nedenfor understøtter forskellene mellem yngre og ældre, og viser, i tillæg til top 10-kanalernes samlede seerandel, hvor mange tv-kanaler, der opnår minimum 1 % af seningen. Af tabellen ses det, at det – undtaget de 3-11-årige – er i aldersgrupperne under 35 år, at flest tv-kanaler opnår minimum 1 % af seningen. Det understøtter, at de yngre spreder tv-seningen mere end de ældre.

Tabel 2: Samlet seerandel for aldersgruppernes Top 10-tv-kanaler, for "andre kanaler" samt antal kanaler med minimum 1 % seerandel i aldersgruppen. 2017.

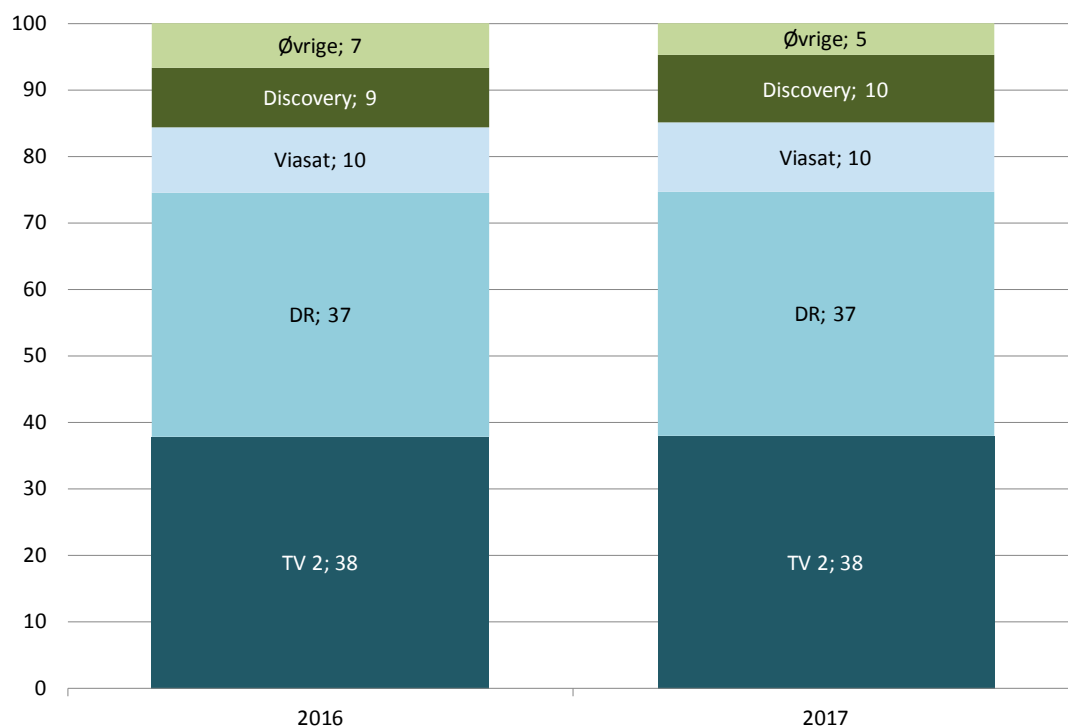
	Alle	3-11 år	12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-70 år	71 år +
Seerandel for aldersgruppens Top 10-kanaler samlet	77,1 %	84,2 %	75,1 %	75,2 %	77,3 %	82,8 %	86,5 %
Seerandel for "Andre kanaler" samlet	22,9 %	15,8 %	24,9 %	24,8 %	22,7 %	17,2 %	13,5 %
Antal kanaler som har min. 1 % seerandel i aldersgruppen	17	15	22	19	18	15	13

Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen, Univers: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover.

5.4.3 Kanalfamiliernes markedsandele

Tv-kanalerne indgår typisk i en kanalfamilie, eksempelvis TV 2-kanalerne eller Viasat-kanalerne. Målt på andel af det samlede tv-forbrug, er TV 2-familien samlet set den største kanalfamilie med en samlet seerandel på 38 % i 2017 (37,8 % i 2016). DR havde en samlet andel af tv-forbruget i 2017 på 36,7 % (36,8 % i 2016). Herefter kommer Viasat med 10,4 % af seningen (9,8 % i 2016) og Discovery Networks med 10,1 % af seningen (9 % i 2016). De øvrige kanaler, ukendt tv-sening mv. stod for 5 % af seningen i 2017 mod 6,6 % af seningen sidste år.

Figur 14: Kanalfamiliernes seerandel (%) i 2017



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

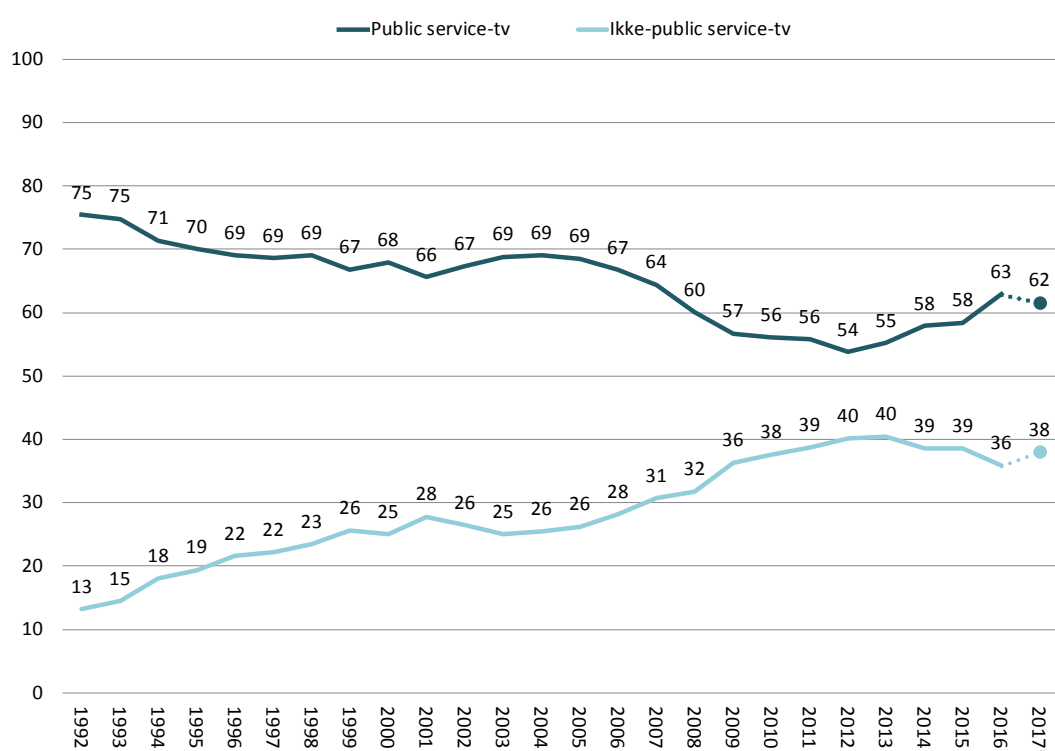
6 Public service-tv og ikke-public service-tv i Danmark

6.1 Public service- og ikke-public service-tv

Public service-tv udgør forsat en stor andel af danskernes samlede tv-forbrug. I 2017 var 62 % af tv-forbruget public service-tv, mens ikke-public service-tv stod for 38 %.¹

Set i forhold til 2016 er der altså tale om en mindre tilbagegang i 2017 for public service. Faldet skal dog ses i forhold til, at 2016 generelt var et godt år for public service-tv grundet blandt andet flere store sportsbegivenheder (VM og OL), samt tages med forbehold for den gennemførte metodeændring, som gør, at 2016 og 2017 ikke er fuldt sammenlignelige.

Figur 15: Seerandel for dansk public service-tv og ikke-public service-tv** (%). 1992-2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

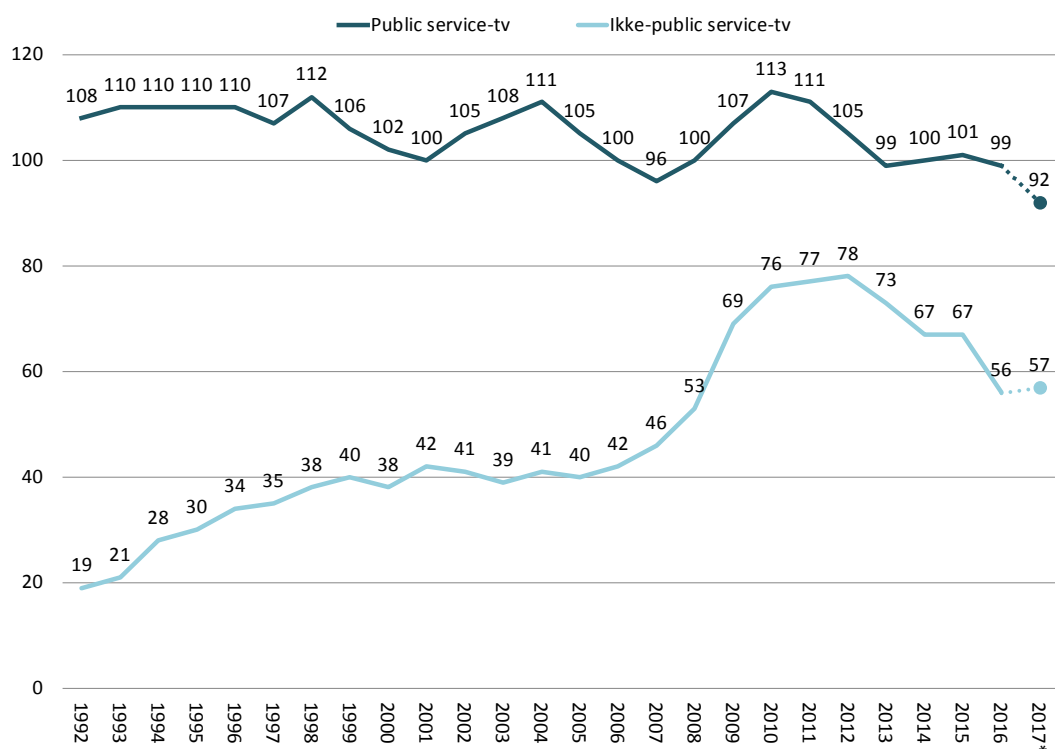
** At "Alle danske public service-kanaler" og "Ikke-public service-kanaler" ikke summer til 100 % skyldes blandt andet, at det alene er de danske public servicekanaler, der indgår i "Public service-tv"-kategorien i dette kapitel. Med mindre andet er anført i figurer og tekst, er der således i kapitlet alene tale om dansk public service-tv, når der står "public service-tv". Derudover indgår "ukendt sening" heller ikke i kørslen.

Betragtes udviklingen tilbage fra 1992, tabte public service-tv terræn til ikke-public service-tv frem til 2012, hvor public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug var den laveste i hele den målte periode (54 %). Som det kan ses af Figur 16 nedenfor, var ikke-public service-tv's voksende seerandel primært et resultat af, at en stor del af væksten i seertid fra 1992 til 2012 gik til ikke-public service-tv.

¹ Af metodeafsnittet fremgår hvilke kanaler, som indgår i hhv. public service-tv og ikke-public service-tv.

Fra 2012 til 2016 stod public service-tv igen for en voksende andel af det samlede tv-forbrug, som det fremgår af Figur 15 ovenfor. Dette skyldes, at siden 2013 har den relative nedgang for public-service-tv været større end den relative nedgang for ikke-public service-tv.

Figur 16: Seertid for dansk public service-tv og ikke-public service-tv** (%). 1992-2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Da 2016 og 2017 ikke er fuldt ud sammenlignelige, bliver det interessant at følge udviklingen i de kommende år baseret på den nye opgørelsesmetode, som tager udgangspunkt i hele befolkningen og inkluderer tidsforskuet sening 1-7 dage efter broadcast tidspunktet.

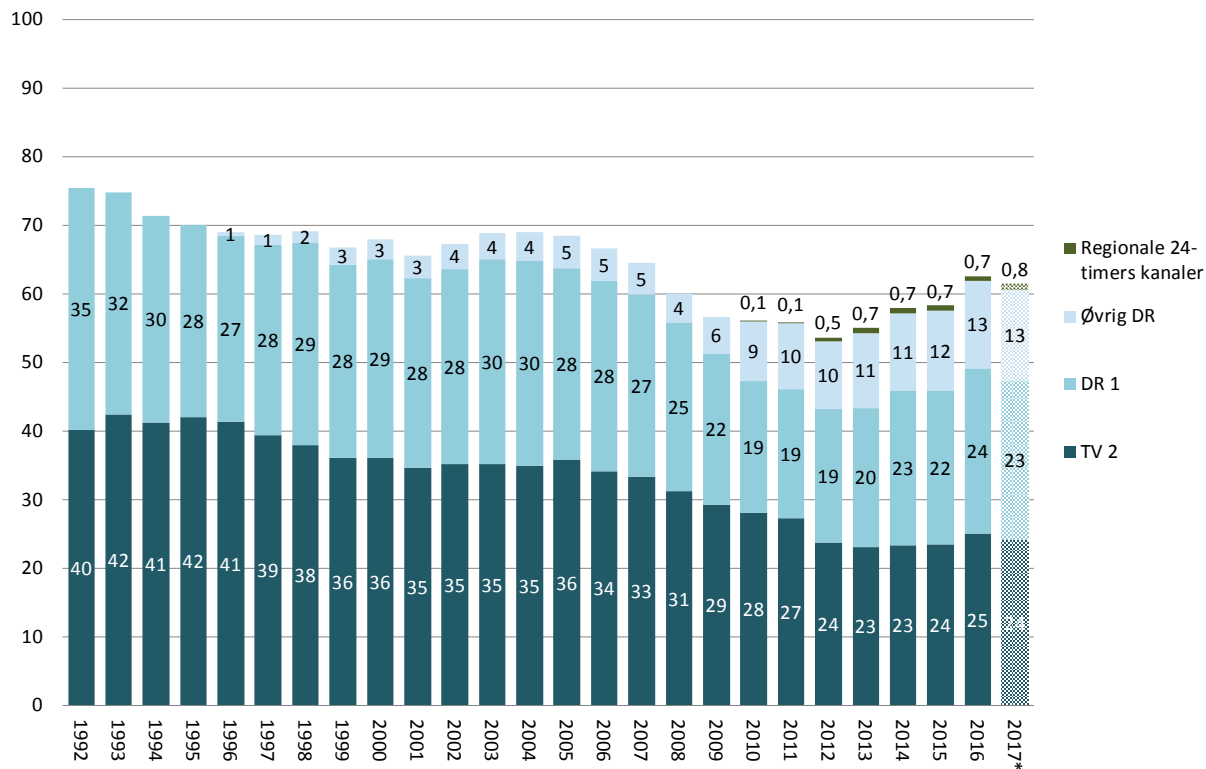
6.1.1 Public service-kanalerne

Betragter vi de enkelte public service-kanaler, står TV 2 (hovedkanalen, der er den eneste af TV 2's kanaler, der har public service-forpligtelser) og DR1 for langt størstedelen af public service-tv's andel af den samlede tv-sening i 2017 med seerandele på hhv. 24 og 23 %, jf. Figur 17. DR's øvrige kanaler står for 13 %, mens de regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler står for 0,8 %.

I forhold til 2012 har TV 2's andel af det samlede tv-forbrug været forholdsvis stabil. For TV 2 (hovedkanalen) kan det derfor se ud til, at der de senere år er sket en stabilisering efter det fald, der fandt sted i 2012, hvor TV 2-kanalens penetration (dvs. hvor mange danske husstande, der har kanalen indstillet på deres fjernsyn) faldt fra 99,2 % i 2011 til 94,5 % i 2012 (Kilde: Gallup/TV-Meter, Annual Survey, årsrapport 2012) og kanalen mistede 3,4 procentpoint af sin seerandel. En af grundene til faldet i 2012 kan være, at TV 2 i 2012 overgik til at være beta-

lingskanal. Den generelle konkurrencesituation på markedet har selvfølgelig også indflydelse på udviklingen.

Figur 17: Public service-kanalernes seerandel (%). 1992-2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

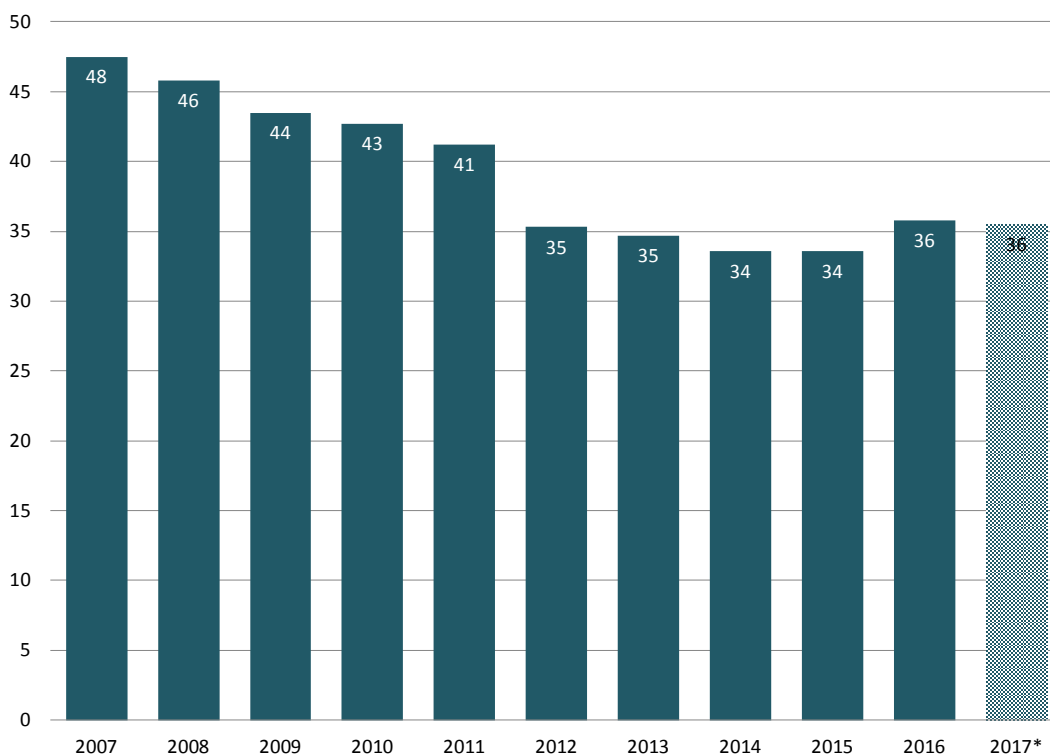
Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

De regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler – som blev lanceret tilbage i 2012 – opnåede i 2017 en samlet andel af seeringen på 0,8 %. Seerandelen for de regionale 24-timers-kanaler er altså fortsat relativt lav, men er dog vokset år for år siden lancering af kanalerne i 2012, jf. Figur 17 ovenfor.

De regionale TV 2-stationer har desuden forskellige vinduer i TV 2's sendeflade, heriblandt deres hovedudsendelse kl. 19.30. Ses der specifikt på hovedudsendelsen, er seerandelen markant højere end for de regionale 24-timers-kanaler generelt jf. Figur 18 nedenfor. 19.30-udsendelsen havde i 2017 en seerandel på 35,5 % af seeringen.

Figur 18: De regionale TV 2-stationers seerandel (%) – 19.30-udsendelsen. 2007-2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

6.1.2 Dækning af public service- og ikke-public service tv

Både public service-tv og ikke-public service-tv har fortsat en høj dækning i befolkningen – men i lighed med dækningen for tv-mediet generelt, er dækningen for public service-tv såvel som ikke-public service-tv faldende.

I 2017 så over halvdelen af befolkningen (54 %) public service-tv dagligt. 8 ud af 10 (81 %) så public service-tv ugentligt og 9 ud af 10 månedligt (91 %). Niveauerne er lidt lavere for ikke-public service-tv. Her var den daglige, ugentlige og månedlige dækning hhv. 39 %, 66 % og 80 %.

På den ene side fortæller tallene, at langt de fleste fortsat er i kontakt med både public service- og ikke-public service-tv i løbet af én gennemsnitlig måned. På den anden side indikerer udviklingen de senere år tilbagegang for både public service-tv og ikke-public service-tv, jf. Tabel 3 og Tabel 4 nedenfor.

For public service-tv var dækningen (både på dags-, uge- og månedsbasis) i 2016 den laveste i hele perioden (udelukkende tv-husstande og tv set live og samme dag som live). Og i 2017 – som omfatter hele befolkningen og nu også inkluderer tv set tidsforskudt 1-7 dage efter broadcast tidspunktet – er dækningen noget lavere, jf. Tabel 3. Det lavere niveau i 2017 må formodes både at skyldes metodeskift og ændring af univers såvel som reel udvikling i befolkningens tv-forbrug.

Tabel 3: Daglig, ugentlig og månedlig dækning for public service-tv i %. 2008-2017

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
Daglig	63	65	66	66	64	60	59	57	56	54
Ugentlig	89	91	92	92	90	88	87	86	85	81
Månedlig	97	98	99	99	98	97	96	96	95	91

Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen. **Univers 2017:** Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover. **Univers: 2008-2016:** Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover. * 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Også ikke-public service-tv har de senere år (2012-2016) mistet dækning blandt tv-husstandene. I perioden før (dvs. 2008-2012) voksede dækningen imidlertid markant, jf. Tabel 4 nedenfor. Som for public service-tv er niveauet for ikke-public service-tv også lavere i 2017 (hele befolkningen) end niveauet i 2016 (tv-husstandene).

Tabel 4: Daglig, ugentlig og månedlig dækning for ikke-public service-tv i %. 2008-2017

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
Daglig	40	45	47	46	49	45	43	42	39	39
Ugentlig	65	71	73	72	76	74	71	71	69	66
Månedlig	76	81	82	81	87	86	84	83	83	80

Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen. **Univers 2017:** Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover. **Univers: 2008-2016:** Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover. * 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Udviklingen indikerer, at den generelle tilbagegang set i afsnit 5 fordeler sig på både public-service og ikke-public service-tv.

6.2 Demografi

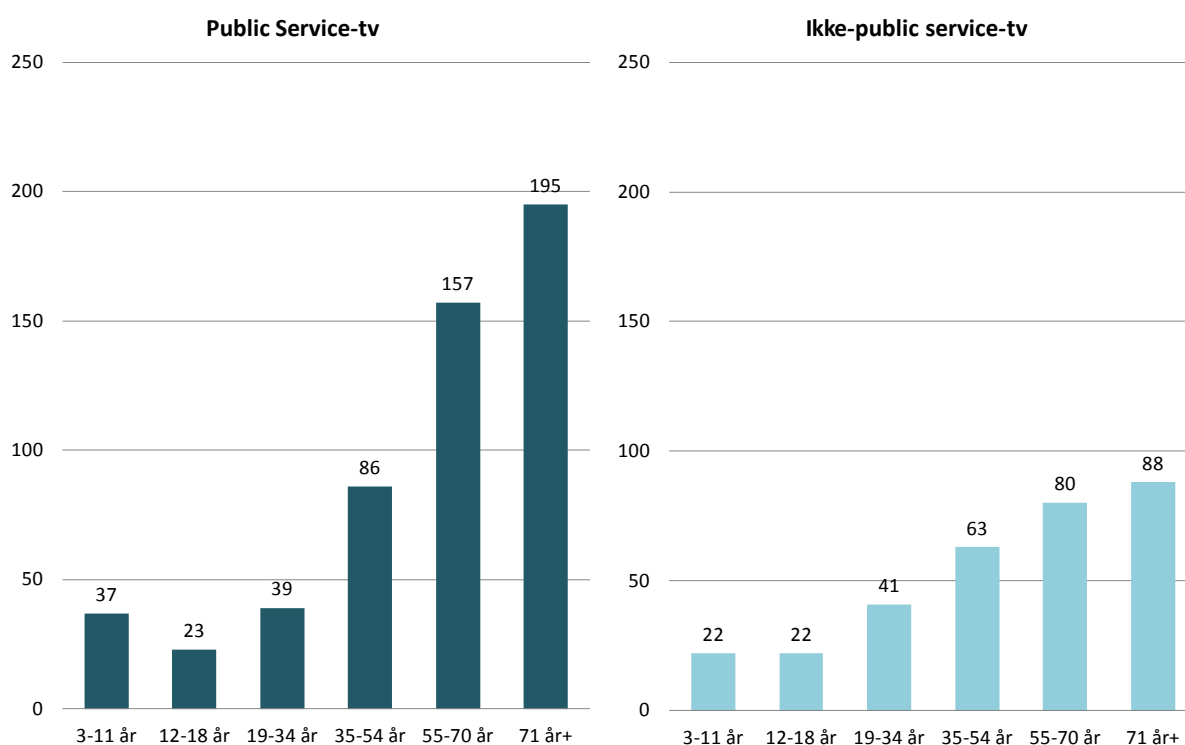
6.2.1 Alder

De ældre ser generelt markant mere tv end de yngre. Det gælder både public service-tv og ikke-public service-tv, jf. Figur 19 nedenfor.

- I 2017 så personer i alderen 71 år og derover eksempelvis public service-tv i tre timer og 15 minutter dagligt (195 minutter). I tillæg til dette så de også ikke-public service-tv i 1 time og 28 minutter (88 minutter).
- Markant lavere er tv-forbruget blandt de yngre. Eksempelvis så de 12-18-årige i 2017 kun 23 minutters public service-tv og 22 minutters ikke-public service-tv.

Den generelle tendens – at jo ældre, jo højere dagligt tv-forbrug – gælder altså for både public service-tv og ikke-public service-tv. Tendensen gælder dog ikke de 3-11-årige, da de ser mere tv end de 12-18-årige.

Figur 19: Seertid brugt på public service-tv og ikke-public service-tv's opdelt efter alder. 2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

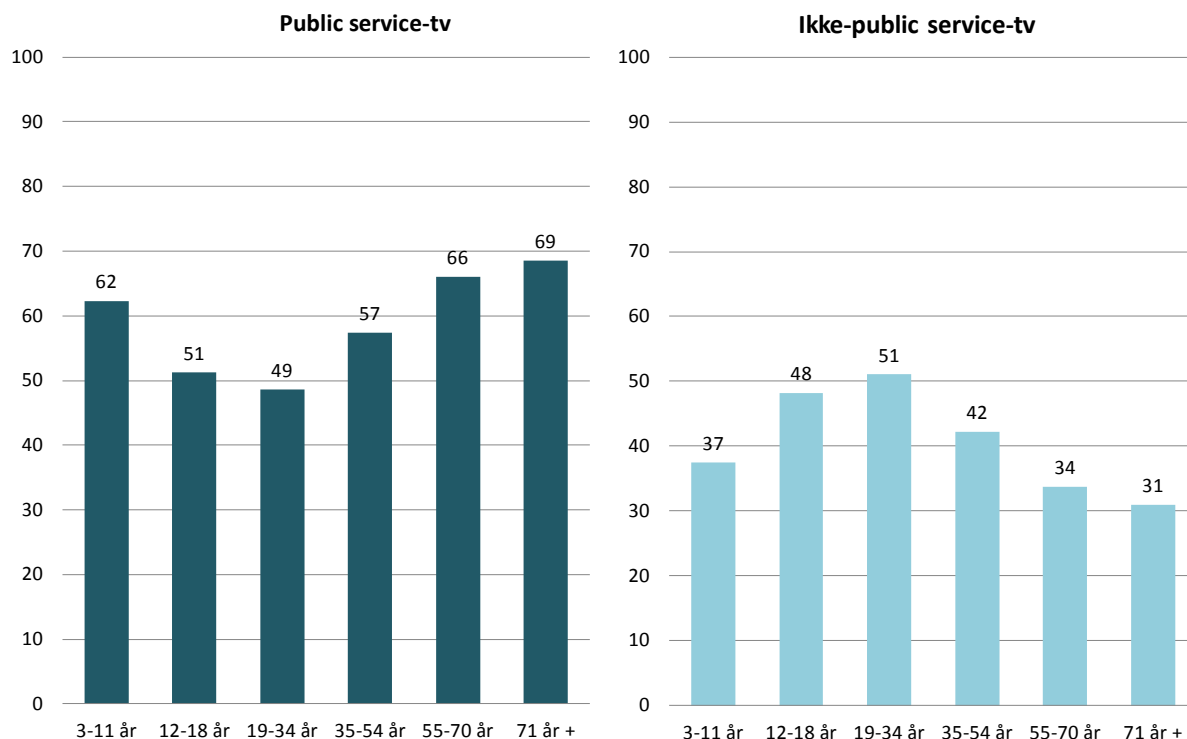
Der er også store forskelle i, hvordan de ældre og de yngre disponerer den seertid, de hver i sær bruger på hhv. public service-tv og ikke-public service-tv.

Med undtagelse af de 3-11-årige gælder det, at jo ældre, jo større *andel* af tv-sening bruges på public service-tv:

- De 71+-årige brugte 69 % af deres seertid på public service-tv (195 minutter) og 31 % på ikke-public service tv (88 minutter), jf. Figur 20.

- De 12-18-årige brugte tæt på 50 % på hver (23 minutter over for 22 minutter), jf. Figur 20.

Figur 20: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter alder. 2017.



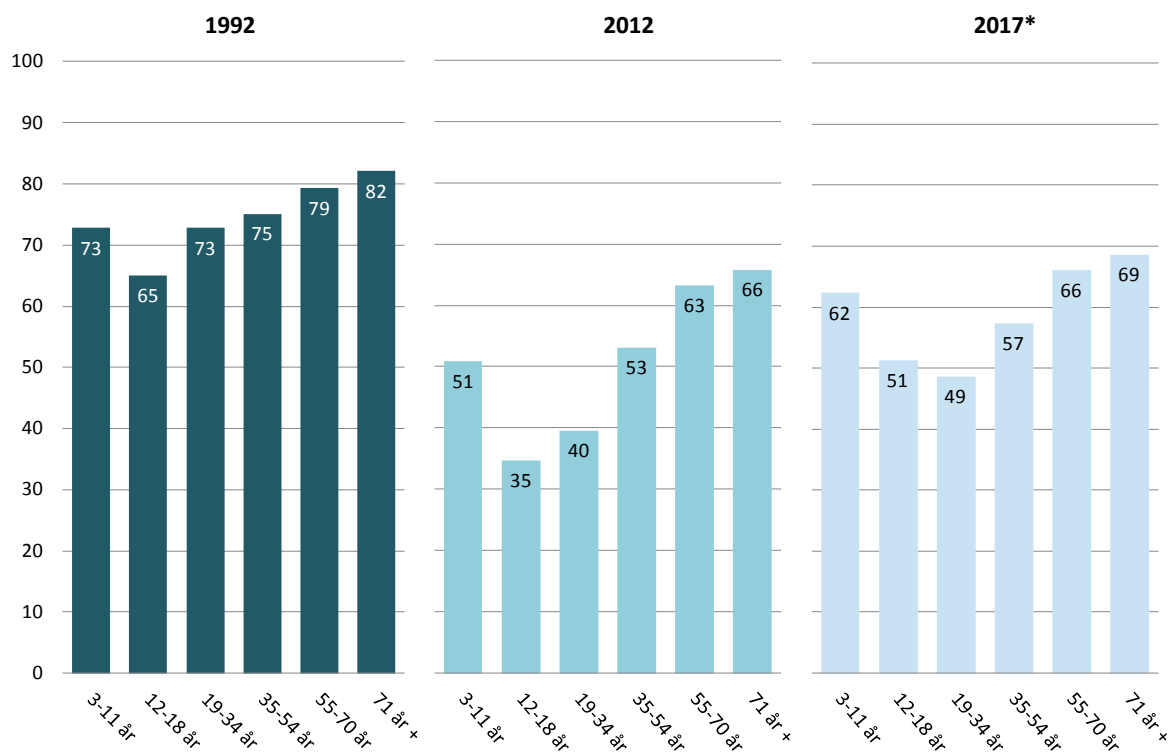
Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

Figur 21 nedenfor viser, hvordan de forskellige aldersgrupper fordelte deres tv-sening mellem public-service-tv og ikke-public service-tv i hhv. 1992, 2012 og 2017.

- I 1992 brugte alle en meget stor andel af deres samlede tv-sening på public service-tv. Fra 65 % blandt de 12-18-årige til 82 % blandt de 71+-årige.
- I takt med at ikke-public service-tv etablerede sig i tv-landskabet, flyttede en andel af tv-seningen væk fra public service-tv til ikke-public service-tv. Det kommer til udtryk i Figur 21 ved, at public service-tv generelt stod for en lavere andel af den samlede tv-sening i 2012 sammenlignet med 1992. Fra 35 % blandt de 12-18-årige til 66 % blandt de 71+-årige.
Samtidig tog de yngre seere hurtigere ikke-public service-tv til sig end de ældre seere. Her ved opnåede ikke-public service-tv en større andel af tv-seningen blandt de yngre seere, hvilket medførte, at forskellene aldersgrupperne i mellem var mere udtalte i 2012 end i 1992.
- De senere år er forskellen mellem yngre og ældre blevet en smule mindre udtalte (fra 2012 til 2017) ligesom public service-tv generelt står for en større andel af den samlede tv-sening. Det indikerer, at public service-tv har vundet seerandele fra ikke-public service-tv på tværs af aldersgrupperne.

Figur 21: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter alder. 1992, 2012 og 2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

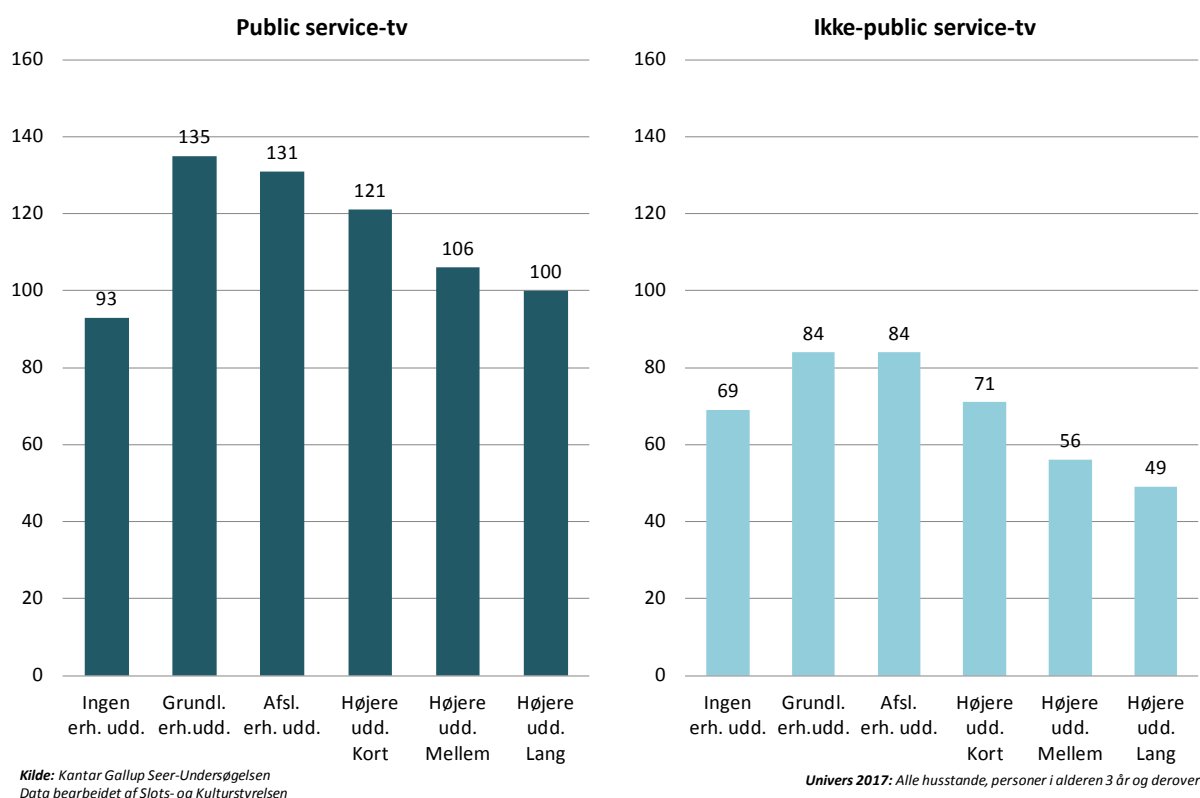
6.2.2 Uddannelse

Jo længere uddannelsesniveau, jo mindre tid bruger man på at se tv. Det blev konstateret i afsnit 5.2.2 på side 20 ovenfor, og det gælder også for både public service-tv og ikke-public service-tv, jf. Figur 22 nedenfor.

- Personer tilhørende uddannelsesgruppen "Grundlæggende erhvervsuddannelse" så eksempelvis public service-tv i 2 timer og 15 minutter dagligt (135 minutter) og ikke-public service-tv i 1 time og 24 minutter på (84 minutter).
- Modsat så personer med en lang højere uddannelse "kun" public service-tv i 1 time og 40 minutter dagligt (100 minutter) og ikke-public service-tv i 49 minutter.

Personer tilhørende uddannelsesgruppen "Ingen erhvervsuddannelse" passer dog ikke ind i dette billede, da de er den uddannelsesgruppe, som bruger mindst tid på både public service-tv og ikke-public service-tv.

Figur 22: Seertid brugt på public service-tv og ikke-public service-tv's opdelt efter uddannelsesniveau. 2017.

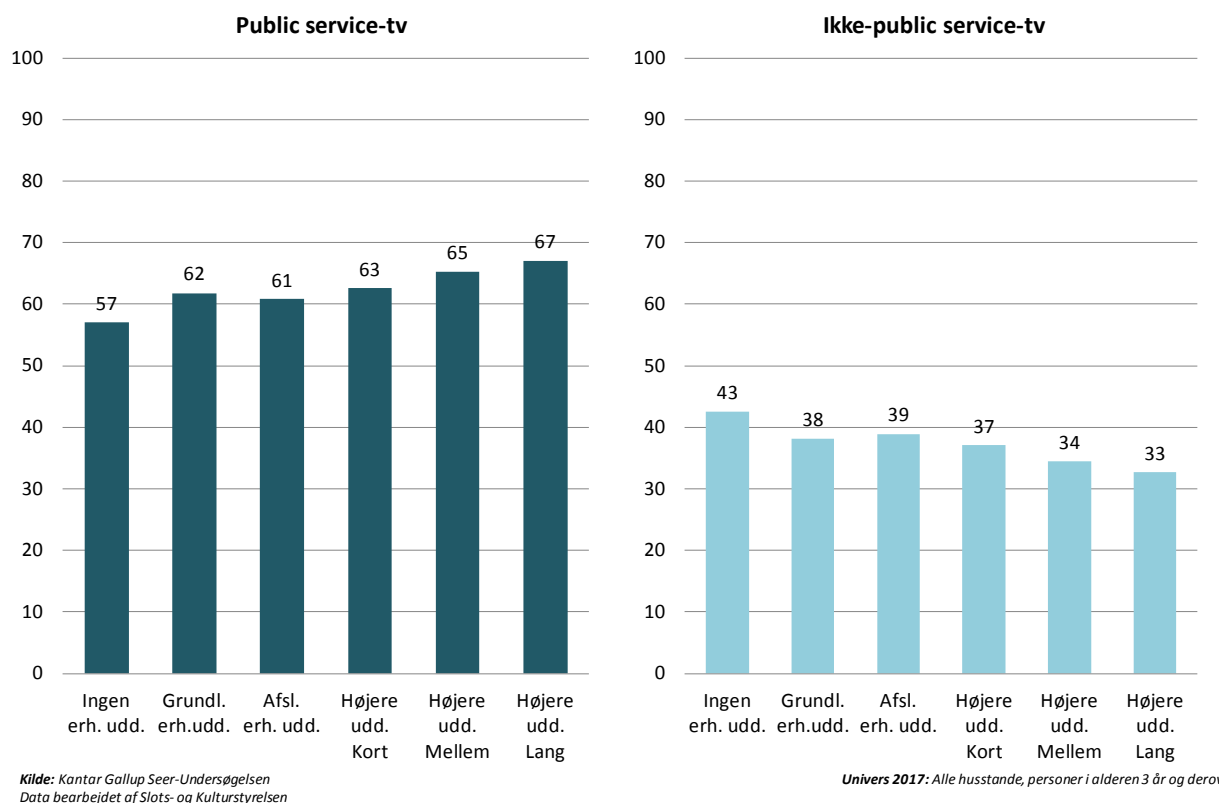


Selvom de med en højere uddannelse bruger mindre tid på både public service-tv og ikke-public service-tv, så er der store forskelle i, hvordan de forskellige uddannelsesgrupper vælger at disponere deres samlede tv-sening.

Fælles for alle uddannelsesgrupper gælder det, at de bruger over halvdelen af deres seertid på public service-tv. Samtidig gælder det, at jo længere uddannelse, jo større andel udgør public service-tv af ens seertid, jf. Figur 23 nedenfor.

- De med en lang højere uddannelse brugte 67 % af deres seertid på public service-tv (100 minutter) og 33 % på ikke-public service-tv (49 minutter), jf. Figur 23.
- Personer tilhørende uddannelsesgruppen "Ingen erhvervsuddannelse" brugte 57 % af deres seertid på public service-tv (93 minutter) og 43 % på ikke-public service-tv (69 minutter), jf. Figur 23.

Figur 23: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter uddannelsesniveau. 2017.

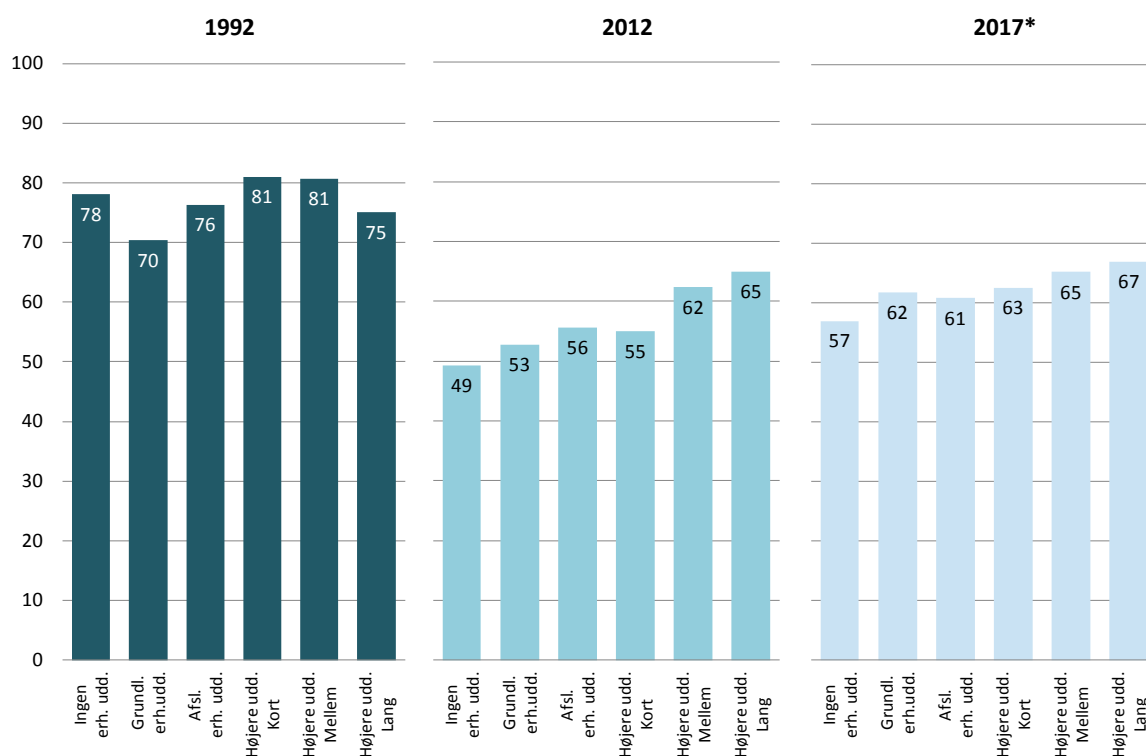


Figur 24 nedenfor viser, hvordan de forskellige uddannelsesgrupper fordelte deres seertid mellem public-service-tv og ikke-public service-tv i hhv. 1992, 2012 og 2017.

- I 1992 brugte alle uddannelsesgrupper 70 % eller mere af deres samlede tv-sening på public service-tv.
- I takt med at ikke-public service-tv etablerede sig i tv-landskabet, flyttede en andel af tv-seningen fra public service-tv til ikke-public service-tv. Det kommer til udtryk i Figur 24 ved, at public service-tv generelt stod for en lavere andel af den samlede tv-sening i 2012 sammenlignet med 1992.

- Samtidig tog personer tilhørende "Grundlæggende erhvervsuddannelse", "Grundlæggende erhvervsuddannelse" og "Afsluttet erhvervsuddannelse" hurtigere ikke-public service-tv til sig end de øvrige uddannelsesgrupper. Herved opnåede ikke-public service-tv en større andel af tv-seningen blandt uddannelsesgrupperne "Grundlæggende erhvervsuddannelse", "Grundlæggende erhvervsuddannelse" og "Afsluttet erhvervsuddannelse", hvilket medførte, at forskellene uddannelsesgrupperne i mellem var mere udtalte i 2012 end i 1992.
- De senere år er forskellen mellem uddannelsesgrupperne blevet en smule mindre udtalt (fra 2012 til 2017) ligesom niveauet af public service-tv generelt er højere. Det indikerer, at public service-tv har vundet seerandele fra ikke-public service-tv på tværs af uddannelsesgrupperne.

Figur 24: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter uddannelsesniveau. 1992, 2012 og 2017.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

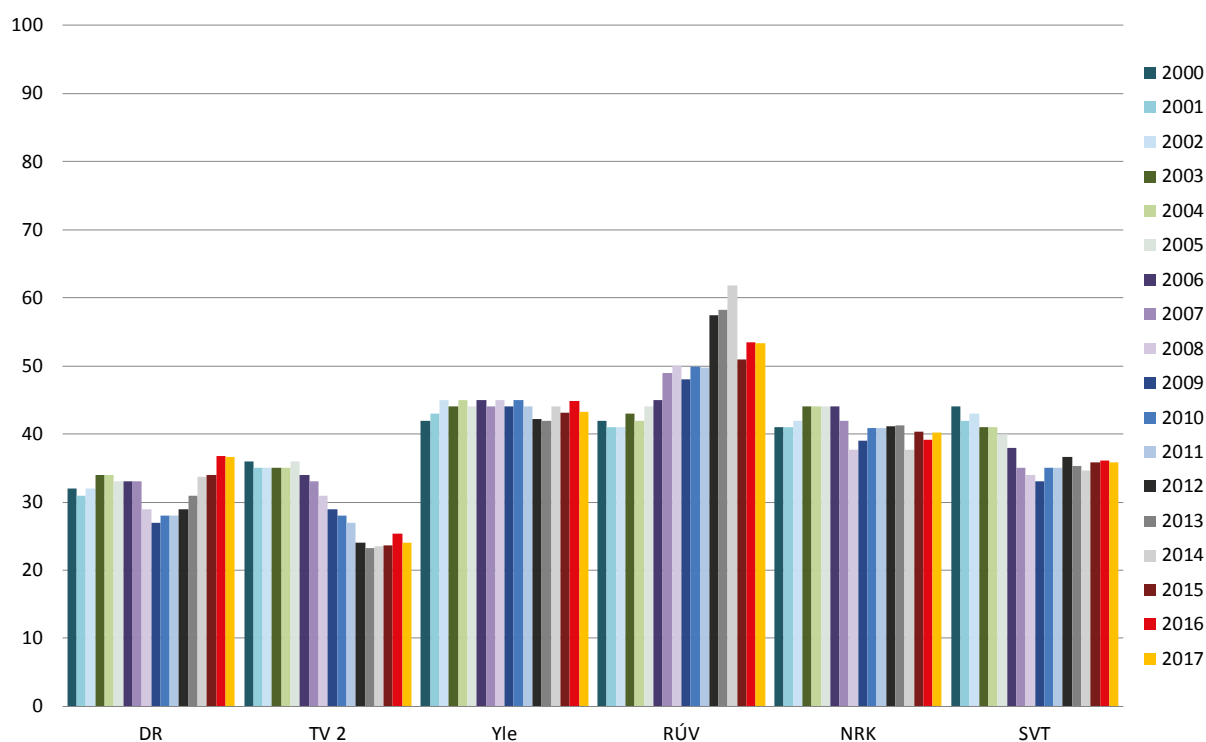
* 2017 er ikke direkte sammenlignelig med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

6.3 Public service i Norden

På nordisk plan, hvor public service-tv generelt har en høj andel af tv forbruget, har public service-stationernes seerandel været forholdsvist stabil fra 2016 til 2017, jf. Figur 25 nedenfor.

Ligesom de danske public service-kanaler er også finske Yle gået tilbage i 2017: Fra 45 % i 2016 til 43 % i 2017. Niveaueet fra 2016 opretholdes i 2017 på Island og i Sverige på hhv. 53 % og 36 %. I Norge steg andelen med ét enkelt procentpoint fra 39 % til 40 %.

Figur 25: Public service-kanalernes seerandel (%) i Danmark, Norge, Sverige, Finland og Island. 2000-2017.



Kilde: Nordicom Mediestatistik, www.nordicom.gu.se/sv/statistik-fakta/mediestatistik
 Tabel: Public service TV audience shares 2000-2017
 Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Data: se tabeldokumentation via
www.nordicom.gu.se/sv/statistik-fakta/mediestatistik

7 Streaming i Danmark

Udbuddet af streamingtjenester og videodelingsplatforme – både fra de danske udbydere af tv-kanaler og tv-pakker såvel som fra udenlandske aktører – er blevet større de senere år, og befolkningens brug er fuldt med.

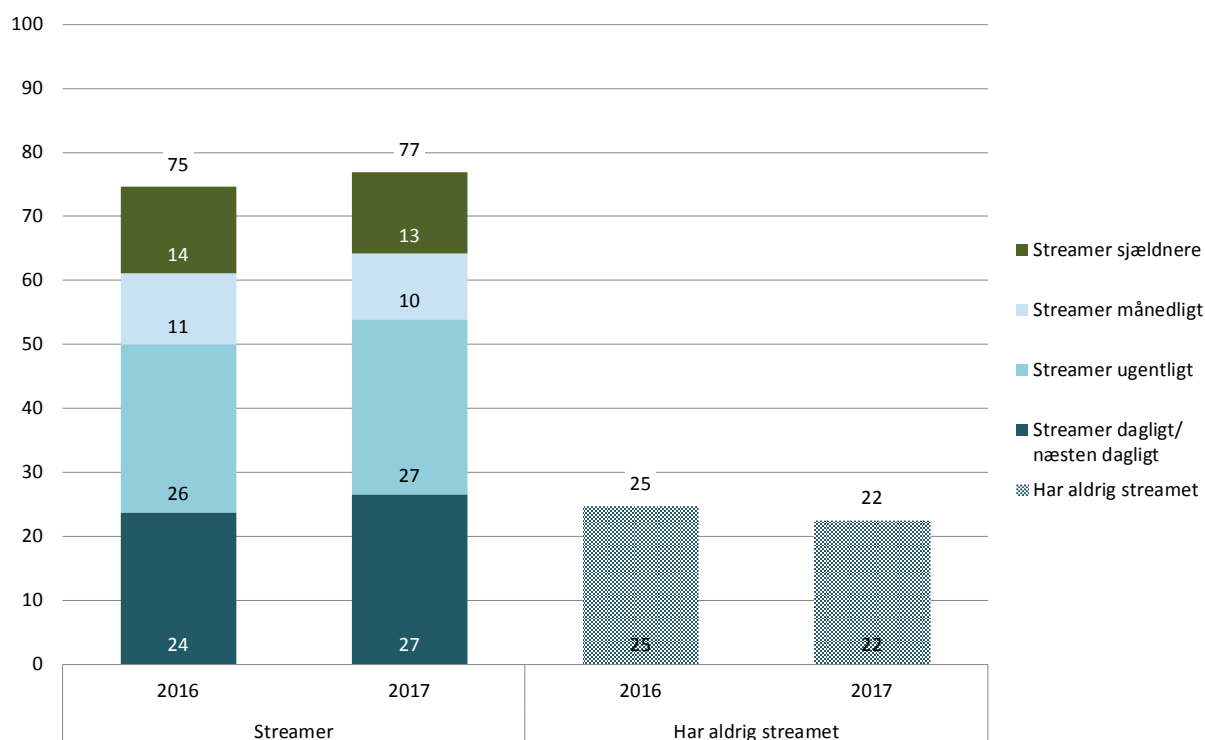
Det store udbud, adgangen til høje internethastigheder samt besiddelsen af relevant digitalt udstyr udgør fundamentet for, at over 50 % af danskerne (12 år og derover) streamede minimum ugentligt i 2017.

Når over 50 % af danskerne streamer ugentligt, betyder det også, at den store nedgang i det traditionelle tv-forbrug, som er beskrevet i de foregående afsnit, bør ses i denne sammenhæng.

7.1 Flere streamer

I forhold til 2016 viser tallene for 2017 dels, at en større andel af danskerne har prøvet at streame; at de, der streamer, streamer oftere; og at en mindre andel aldrig har prøvet at streame.

Figur 26: Andel af befolkningen som streamer spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder. 2016 og 2017



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsdatabase 2016 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

I 2017 var det 77 % af befolkningen over 12 år, som havde prøvet at streame enten spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder. I 2016 var det 75 %, som havde prøvet det.

Den andel af befolkningen, som *aldrig* har prøvet at streame, er tilsvarende faldet fra 25 % i 2016 til 22 % i 2017. En mindre andel har svaret ved ikke.

Ikke alene har en større andel af befolkningen prøvet at streame i 2017 end i 2016. De, der streamer, gør det tilsyneladende også oftere:

- Andelen, som streamer dagligt eller næsten dagligt, steg fra 24 % i 2016 til 27 % i 2017.
- Andelen, som streamer ugentligt, steg fra 26 % i 2016 til 27 % i 2017.
 - Andelen, som streamer minimum ugentligt, steg dermed fra 50 % i 2016 til 54 % i 2017.

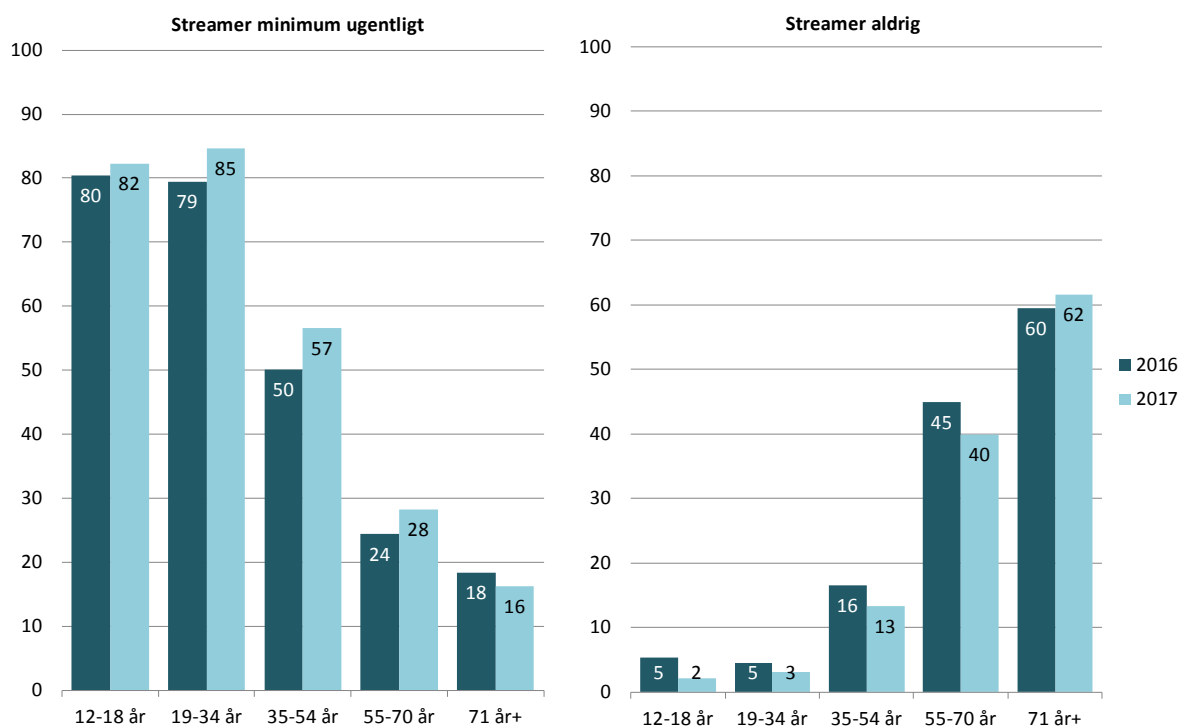
Modsat er den andel af befolkningen, som streamer sjældnere end ugentligt, gået tilbage:

- Andelen, som streamer månedligt, faldt fra 11 % i 2016 til 10 % i 2017.
- Andelen, som streamer sjældnere end månedligt, faldt fra 14 % i 2016 til 13 % i 2017.

7.1.1 Alder

Ligesom for traditionelt tv er der også store forskelle i, hvor ofte de forskellige aldersgrupper streamer. Det ses tydeligt af Figur 27 nedenfor, som angiver hvor stor en andel af de enkelte aldersgrupper, som hhv. streamer minimum ugentligt og aldrig streamer: Jo højere alder, jo mindre andel streamer minimum ugentligt, og jo højere andel har aldrig streamet.

Figur 27: Andel som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) hhv. minimum ugentligt og aldrig opdelt efter alder. 2016 og 2017



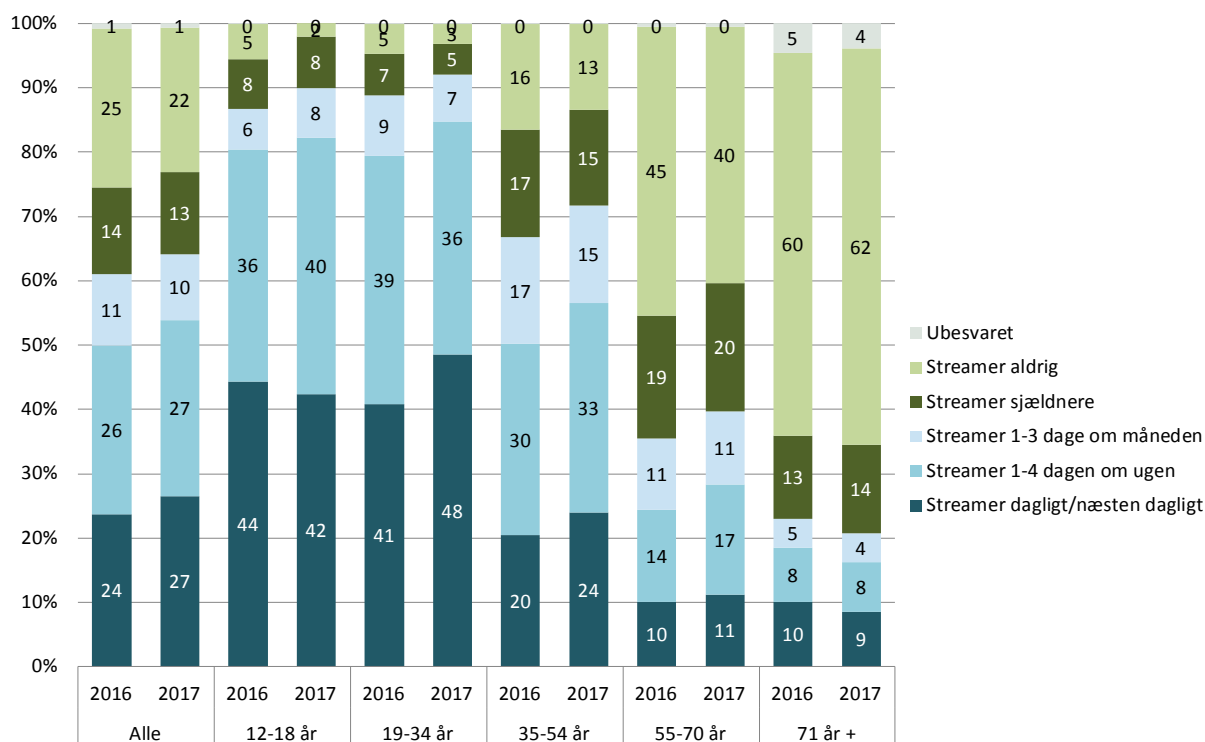
Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsdatabase 2016 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover.

Ses der bort fra befolkningen over 71 år, gælder det desuden, at andelen, der aldrig streamer, er blevet mindre i 2017 sammenlignet med 2016, og at andelen, der streamer minimum ugentligt, er blevet større, jf. Figur 27 ovenfor.

Figur 28 nedenfor viser niveauerne og udviklingen mere detaljeret.

Figur 28: Andel som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) opdelt efter alder. 2016 og 2017



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsdatabase 2016 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover.

Følgende kan konstateres om udviklingen i de forskellige alderssegmenter:

- Blandt de **12-18-årige** er andelen, som streamer dagligt/næsten dagligt, blevet mindre i 2017 sammenlignet med 2016 (fra 44 % til 42 %), mens andelen, der streamer ugentligt, er blevet større (fra 36 % til 40 %). Nedgangen i daglige/næsten daglig streaming kan hænge sammen med, at en større andel af de 12-18-åriges daglige streaming foregår på videodelingstjenester som for eksempel YouTube, jf. Figur 30 nedenfor. Samlet set er der dog flere 12-18-årige, som streamer minimum ugentligt i 2017 (fra 80 % til 82 %).
- For de **19-34-årige** er daglig/næsten daglig streaming gået markant frem: Fra 41 % i 2016 til 48 % i 2017. Samtidig er andelen, der streamer ugentligt (fra 39 % til 36 %) og månedligt (fra 9 % til 7 %) gået en smule tilbage. Samlet set er der dog flere 19-34-årige, som streamer – og de gør det oftere. Denne udvikling kan sammenholdes med nedgangen i aldersgruppens tv-forbrug, jf. Afsnit 5.2.1 på side 17.

- Blandt de **35-54-årige** er det i 2017 en større andel, som streamer dagligt (24 % i 2017 mod 20 % i 2016) og ugentligt (30 % i 2017 mod 33 % i 2016), mens en mindre andel streamer månedligt, sjældnere eller aldrig (fra 50 % til 43 %). Også her er der altså flere, som streamer, og som streamer oftere.
- For de **55-70-årige** er der også fremgang i andelen, som streamer dagligt (fra 10 % til 11 %) og ugentligt (14 % til 17 %). Andelen, der streamer månedligt, er uændret (11 %), mens andelen, der streamer sjældnere, er gået frem (fra 19 % til 20 %). Det betyder samlet set, at andelen, der aldrig har prøvet at streame i denne aldersgruppe, er gået tilbage fra 45 % til 40 % fra 2016 til 2017 – der er dog fortsat meget stor forskel mellem de 55-70-årige og aldersgrupperne under 35 år.
- Blandt de ældste – fra **71 år og ældre** – er der i 2017 tale om en lille tilbagegang i andelen, som streamer dagligt, ugentligt eller månedligt, mens andelen, der enten streamer sjældnere eller som aldrig har streamet, er gået frem. Udviklingen for de ældste, er derved modsat de øvrige aldersgrupper.

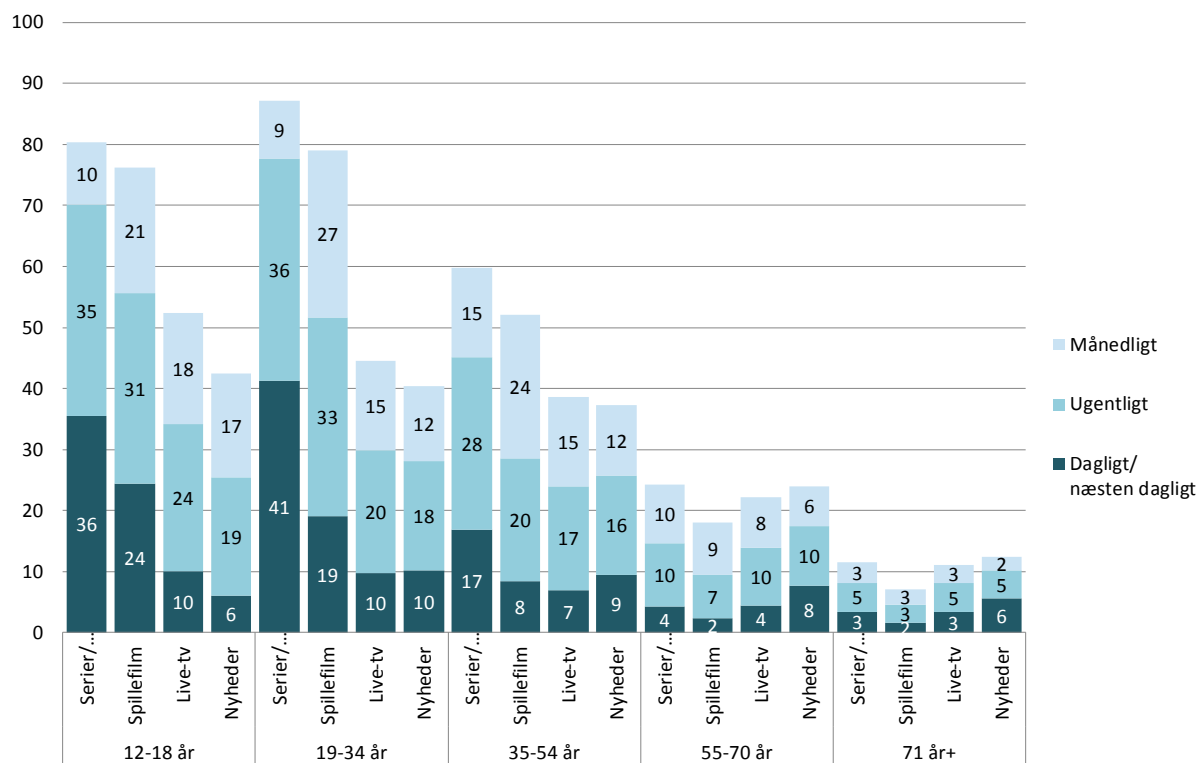
7.1.2 Indhold

Der er ikke kun store forskelle i, hvor ofte de forskellige aldersgrupper streamer, der er også store forskelle i, hvilken type indhold der streames.

- I befolkningen **under 55 år** gælder det generelt, at serier/programmer på DR TV, Netflix, YouSee, m.fl. er det, der streames hyppigst. Blandt de 12-18-årige og de 19-35-årige er det langt over 50 %, som streamer serier/programmer minimum ugentligt, mens det blandt de 35-54-årige er over på 40 %. Dernæst kommer spillefilm på Netflix, YouSee Play, TV2 Play m. fl., så live-tv fra tv-kanalerne og til sidst nyheder.
- Hos befolkningen **over 55 år** er det nyheder, som streames oftest. Dernæst kommer serier/programmer, efterfulgt af live-tv og slutteligt spillefilm. Niveauerne er dog markant lavere end for befolkningen under 55 år.

Når de yngre streamer, er det således i højere grad fiktion, der streames, og når de ældre streamer – hvilket en langt mindre andel gør – er det i højere grad nyheder, der streames.

Figur 29: Andel af befolkningen som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) opdelt efter alder og hyppighed. 2017



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsdatabase 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

7.1.3 Korte videoklip

En stor og stigende andel af befolkningen – på tværs af aldersgrupper – streamer også korte videoklip, eksempelvis på videodelingstjenester som YouTube og Vimeo eller på sociale medier som Facebook.

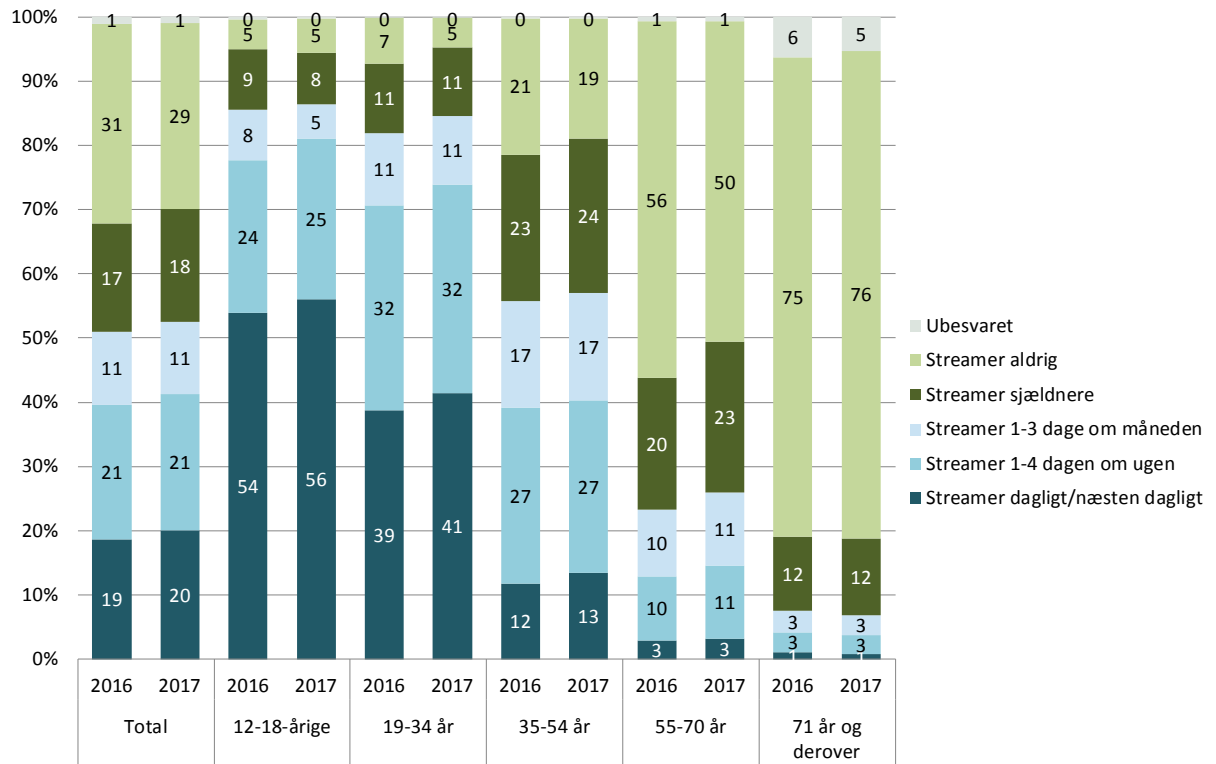
Overordnet set går det samme mønster igen, som gjaldt for streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder: Jo yngre aldersgrupper, jo større er andelen, som streamer korte videoklip, jf. Figur 30 nedenfor.

I modsætning til streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder – som i høj grad er produceret af den audiovisuelle branches traditionelle aktører – er korte videoklip på videodelingstjenester og sociale medier i højere grad en sammenblanding af videoindhold produceret af mediebranchen, af virksomheder uden for mediebranchen og ikke mindst af brugerne selv herunder af de såkaldte influencere. Influencere er en grundsten i markedsføringsdisciplinen "influencer marketing", som dækker over, at virksomheder gør brug af enkeltpersoners – dvs. influencers – rækkevidde og evne til at nå et publikum med virksomhedens budskab ofte via videodelingsplatforme og sociale medier.

I 2017 er det 56 % af de 12-18-årige og 41 % af de 19-35-årige, som streamer korte videoklip dagligt eller næsten dagligt. Blandt de 35-54-årige, de 55-71-årige og befolkningen fra 71 år og op var niveauerne markant lavere, hhv. 13 %, 3 % og 1 % ugentligt.

Når det drejer sig om korte videoklip på eksempelvis YouTube eller Vimeo, er den store forskel altså ikke mellem dem over eller under 55 år – som vi så det for streaming af spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder – men mellem dem over og under 35 år.

Figur 30: Andel som streamer korte videoklip (%) opdelt efter alder og hyppighed. 2017



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsdatabase 2016 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

8 Metode

8.1 Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen

Kapitlet om tv er som udgangspunkt baseret på den officielle, brancheanerkendte måling af tv-seningen i Danmark – Kantar Gallups Seer-Undersøgelse (inklusive Establishment Survey-resultater). Dertil suppleres med tal fra bl.a. Danmarks Statistiks registre.

Kantar Gallup Seer-undersøgelsen er den overordnede betegnelse for det system, der bruges til at indsamle og analysere kvantitative seerdata i Danmark. Systemet blev indført i 1992 og har hele tiden været drevet af analyseinstituttet Kantar Gallup, der også står for Kantar Gallup/Radio-Meter og målingen af forbruget af trykte medier i Index Danmark/Gallup.

Det er tv-stationerne Danmarks Radio, TV 2/DANMARK, MTG, Discovery Networks Denmark, Turner Broadcasting System, The Walt Disney Company Nordic, FOX og Viacom International Media Networks der er parterne bag målingen af daglige seertal.

Tv-sening foregår på mange forskellige enheder i dag og gennem forskellige distributionsformer. Dette skaber udfordringer i forhold til målingen, fordi det traditionelle TV-Meter fastgjort til et tv-apparat ikke længere er tilstrækkeligt til at måle al tv-sening.

Parterne bag Seer-Undersøgelsen har sammen med Kantar Gallup derfor valgt at udvide målingen til at inkludere nye indsamlingsmetoder for online sening af tv-indhold. De nye datakilder består af to digitale paneler, Det Digitale Seerpanel og Webprofil-panelet, samt Census Data. Samtidig med at Seer-Undersøgelsen introducerer nye måder at gøre tingene på, fastholder den det hidtidige tv-panel til måling af traditionel tv-sening.

De fire datakilder, der udgør Seer-Undersøgelsen, fusioneres dagligt, så seertallene bliver rapporteret så præcist som muligt. Tilføjelsen af de digitale paneler betyder også, at universet rummer husstande og personer uden tv-apparater.

På baggrund af informationer fra de forskellige datakilder kan Kantar Gallup beregne antallet af seere til de enkelte programmer og reklamer. Systemet kan registrere, hvilken kanal den pågældende ser, og hvor længe det foregår, sekund for sekund. Kantar Gallup Seer-undersøgelsen kan også registrere tidsforskudt sening af programmer fra f.eks. video- eller harddiskoptagere, såfremt dette er kodet indhold.

Samlet betyder det, at undersøgelsen alene omfatter programmer sendt af de broadcastere, som indgår i Seer-Undersøgelsen og ikke sening af programmer på streamingtjenester som f.eks. Netflix, HBO eller YouTube. Undersøgelsen indeholder al tv-sening uagtet om det bliver sendt via traditionelt tv, via broadcasternes egne on-demand tjenester eller via tv-distributørernes tv-arkiv-funktioner.

I Seer-undersøgelsen indgår der data fra:

1. Basispanelet

Basispanelet består af 1.200 husstande svarende til 2.600 personer og måler den traditionelle tv-sening, der sker på tv-apparater og Smart TV. Dette panel er ryggraden i Seer-Undersøgelsen, da online-seningen bliver fusioneret oven på individer i basispanelet. Udvælgelse og vedligeholdelse af Basispanelet følger internationale standarder for "guldstandard-paneler" og derved sikre en repræsentativitet af alle tv-husstande i Danmark. Panelet er repræsentativt for hele Danmarks befolkning både i forhold til geografi, alder, køn, men også hvad angår husstandenes sammensætning, tv-udstyr og kanalsammensætning.

Disse kendetegn ved danskerne kortlægges gennem en større, fortløbende interviewundersøgelse kaldet "Establishment Survey", som Kantar Gallup udfører. I alt gennemføres 10.000 telefoninterviews i løbet af et år. Establishment Survey fungerer som rekrutteringskilde for Basispanelet, idet panelet udvælges herfra ved hjælp af stratificeret udvælgelse. Det vil sige, at der udvælges på en sådan måde, at panelet inden for forskellige befolkningsgrupper matcher Establishment Survey eller andre kendte befolkningsdata som eksempelvis Danmarks Statistik. Paneldeltagere på 12 år+ udfylder endvidere et spørgeskema årligt.

Minimum 20 % af panelhusstandene udskiftes hvert år. En husstand kan maksimalt være med i panelet i seks år. Udskiftningen gør det muligt løbende at justere panelets demografiske sammensætning i forhold til at skulle repræsentere alle danskere.

Alle fjernsyn i de udvalgte husstande er udstyret med måleudstyr, der registrerer hvilke kanaler og programmer, der kigges på. Der er desuden tilknyttet en fjernbetjening til hvert tv-apparat, hvor hver person i husstanden har en knap. Denne fjernbetjening benyttes af husstandens personer, når fjernsynet tændes, og når personerne går til og fra fjernsynet.

Også gæsters sening registreres, idet gæster skal indtastes på en særlig knap og angive køn og alder. Udstyret registrerer selv hver eneste gang, der skiftes kanal, ses video, optages osv. Systemet fungerer via Audio Encoding, hvor en unik kode med tidsstempel og kanalkode er lagt oven på det oprindelige lydsignal. Hermed er det muligt at differentiere mellem de forskellige platforme. På den måde kan det registreres nøjagtigt, hvor længe og på hvilken kanal den enkelte ser tv. Der foretages jævnlige kontroller fra Kantar Gallup for at holde øje med, at husstandens medlemmer følger anvisningerne om at trykke sig på, når de ser fjernsyn og trykke sig af, når de f.eks. forlader stuen.

Døgnets data indsendes hver nat automatisk til Kantar Gallup, hvor data sammenkøres med registreringer fra tv-stationer (informationer vedr. de udsendte programmer, reklamer, trailers m.m. som f.eks. titel, udsendelsestidspunkt, oprindelsesland samt blandt andet de såkaldte "fælleskoder" for programmer, der rummer en elementær genreinddeling o.lign.). Efterfølgende sammenkøres data med respondenternes oplysninger om køn, alder medieforbrug m.v.

2. Digitalt Seerpanel

Dette panel består af mindst 1.000 personer og måler al deres sening af tv-indhold på PC/laptop, tablets og smartphones. Deltagerne i panelet bliver løbende rekrutteret og panelet vedligeholdes med samme høje standarder som Basispanelet. Det betyder, at panelet er repræsentativt for Danmarks online befolkning.

3. Webprofil Panel

Dette panel består af over 25.000 personer og er en cookiebaseret måling – den anvender førsteparts-cookies, som er stærke i forhold til identifikation af brugeren. Her registreres brugerens adfærd i forbindelse med online forbrug af tv-indhold.

4. Censusdata

Ordet "Census" bruges typisk i forbindelse med en totaltælling, f.eks. af en hel befolkning. Her bruger vi ordet i forbindelse med en totaloptælling af alt indhold, der er tagget. "Tagging" er et udtryk for at seningen kan identificeres korrekt og kan sammenlignes med et klistermærke, der bliver sat på den digitale fil. Totaloptællingen sker på enhedsniveau, dvs. til forskel fra det Digitale Meterpanel og Webprofil Panelet er det en ren trafikmåling. Censusdata er den tredje og sidste kilde, der bruges i Seer-Undersøgelsen for at måle forbruget af tv-indhold set online.

Seertallene bliver skabt ved en datafusion, hvor sening fra de tre digitale online-kilder bliver "limet" ovenpå den traditionelle tv-sening. Datafusionen i Seer-Undersøgelsen bliver gjort ved hjælp af en statistisk anerkendt "donor" og "modtager" matching-metode, som også anvendes i andre seertals-undersøgelser internationalt.

Udvikling af målingen og universet

Målingen omfatter udelukkende programmer sendt af de broadcastere, som indgår i Seer-Undersøgelsen og ikke sening af streamingtjenester som f.eks. Netflix, HBO eller YouTube.

Seer-Undersøgelsen har fra 2016 til 2017 undergået en navneforandring fra Tv-Meter til Seer-Undersøgelsen. Navneforandringen afspejler en større metodeopdatering, som blandt andet indebærer overgang fra at være en single-source-måling til en multisource-måling, beskrevet ovenfor.

Metodeopdateringen giver en mere præcis måling af tv-sening på tværs af platforme (tv, mobil, tablet og PC) og distributionskanal (traditionelt flow-tv, tv-kanalernes egne apps, og tv-distributørernes catch-up-tjenester).

Med udgangspunkt i opdateringen er branchen blevet enige om, at justerer definitionen af de officielle seertal:

- Før metodeopdateringen omfattede de brancheanerkendte seertal henholdsvis live-tv og tidsforskudt sening set inden for samme døgn – ofte skrevet som "LIVE+VOSDAL" (Live+Viewed On Same Day As Live).

- Efter metodeopdateringen omfatter de brancheanerkendte seertal nu "LIVE+VOSDAL" som den hidtidige definition tillagt tidsforskudt sening i op til syv dage efter første udsendelse (TIMESHIFTED).

Målingen er også blevet justeret tidligere:

- Fra 1992 til december 2013 omfattede undersøgelsen alene lineært (flow-)tv ("traditionelt tv"). Fra og med 1. december 2013 blev målingen udvidet til også at omfatte tv-sening på computere (PC og MAC).

Samlet set betyder dette, at:

- 1992-2013: Målingerne indeholdt kun "traditionelt" lineært (flow-)tv set live via et klassisk tv-apparat (LIVE).
- 2014-2016: Målingerne inkluderer både lineært (flow-) tv set via et klassisk tv-apparat og via computer og indeholder både tv set "live" og set "samme dag som live" (LIVE+VOSDAL).
- 2017-: Målingerne inkluderer al tv-sening af broadcasternes programmer i op til 7 dage fra udsendelsestidspunktet på tværs af platforme (tv, mobil, tablet og PC) og distributionskanaler, som beskrevet ovenfor (LIVE+VOSDAL+TIMESHIFTED).

Udover ændringen i definitionen af de officielle seertal, omfatter metodeopdateringen også en ændring af undersøgelsens univers:

- Før 2017 bestod universet af tv-husstande, det vil sige husstande, der havde et tv tilsluttet en antenne.
- Fra og med 2017 omfatter undersøgelsen alle husstande, det vil sige husstande både med og uden et tv-apparat i husstanden.

Ændringen er blandt udløst af, at en voksende andel af danskerne ikke har et tv tilsluttet en antenne. Konkret er universet steget fra 5.176.000 (alle personer 3 år eller ældre i tv-husstande) til ca. 5.540.000 (alle personer 3 år eller ældre i alle husstande).

Ændringerne i metode og univers påvirker de nøgletal, som beregnes med udgangspunkt i universet. På den ene indgår mere sening i de officielle seertal (tidsforskudt sening i op til syv dage efter første udsendelse), men modsat skal tv-seningen fordeles over en større population. Sammenligninger mellem 2016 og 2017 skal derfor ske med forsigtighed.

De ugentlige seertal kan ses i Kantar Gallups pressemeddelelser med seertal <http://tvm.gallup.dk/tvm/pm/>.

Det er vigtigt at have for øje, at den måde, hvorpå mediebrugen registreres, har betydning for de målinger og analyser, som systemet tilbyder. Kantar Gallup har tilstræbt, at familierne i Seer-Undersøgelsen bedst muligt svarer til sammensætningen i den danske befolkning. Der kan dog være grupper i befolkningen, der er ganske svære at rekruttere, eller hvis holdninger eller kanaludbud hurtigt ændrer sig. Af denne grund bliver nogle af deltagerne i panelet vægtet lavere eller højere end andre.

Kilde: Kantar Gallup

Public service-tv

I dette kapitel omfatter Public service-tv-kanalerne alle DR's kanaler, TV 2's moderkanal (men ikke de TV 2-kanaler kanaler, der ligger under Ikke-public service-tv, da disse ikke har nogen public service-forpligtelser) og de regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler.

Nedenfor en oversigt over de kanaler, der indgår i de to mediegrupper:

Kanalgruppe	Medier i gruppen
Public service-kanaler	Inkluderer både eksisterende og udgåede kanaler, der ikke længere måles og/eller sender, men har sendt tidligere år. DR1, DR2, DR3, DR K, DR Ramasjang, DR Ultra, DR Update, TV 2, TV 2-regionerne
Ikke-public service-kanaler	6'eren, 7'eren, Investigation Discovery, Animal Planet, Boomerang, Canal 8 Sport, Canal 9, Cartoon Network, Discovery Channel, Discovery HD Showcase, Discovery Science, Discovery Travel and Living, Discovery World, Disney, Disney Junior, Disney XD, DK4, Eurosport 2, Eurosport Denmark, Eurosport Scandinavia, Kanal 4, Kanal 5, Kanal Hovedstaden, Kanal København, Kanal Sport, MTV, NGC Danmark, NGC Skandinavien, NatGeo People, Nick Jr., Nickelodeon Danmark, NickelodeonS-CAN, Sportn Norge, TCM, TLC Danmark, TNT, TV 2 SPORT, TV 2 CHARLIE, TV 2 FILM, TV 2 FRI, TV 2 NEWS, TV 2 ZULU, TV2 Film Norge, TV2 Norge, TV2 Nyhetskanalen Norge, TV 2 Zebra Norge, TV3, TV3 PULS, TV 3Sport 1, TV3 Sport 2, TV3+, VH-1 Danmark, VH-1 Europe, Viasat 4 Norge, BBC Entertainment, BBC Knowledge, BBC Lifestyle, Comedy Central, Folketings-TV

8.2 Index Danmark/Gallup

Index Danmark/Gallup er en spørgeskemaundersøgelse, der gennemføres af Kantar Gallup for de trykte medier og reklamebranchen. Der undersøges målgrupper og forbrugsmønstre inden for de trykte medier samt i en vis udstrækning også oplysninger om anden mediebrug, herunder internet, radio og tv.

Herudover indeholder Index Danmark/Gallup også information om danskernes forbrug, adfærd, indkøb, kendskab og loyalitet overfor langvarige eller kortvarige produkter/mærker samt Kantar Gallups segmenteringsværktøj, Gallup Kompas.

Index Danmark/Gallup blev i sin nuværende form etableret i 1995. Index Danmark/Gallup måler på alle danskere fra 12 år og opefter. Index Danmark/Gallup indeholder blandt andet informationer om læsertal for aviser og andre trykte medier. Hertil desuden tal for respondenternes egen vurdering af tidsforbrug på internettet samt søgevaner og brugen af e-handel og IT generelt.

Index Danmark/Gallup bygger på ca. 24.000 interviews årligt gennemført enten på et webbaseret eller postalt skema. I sammensætningen af Index Danmark/Gallup-universet tilstræbes en meget høj grad af repræsentativitet. Før interviewene indeles Danmark i geografiske strata, som svarer til en andel af den danske befolkning. Efter interviewene vejes de indsamlede data på geografi, køn, alder og antal personer i husstanden, så interviewene er repræsentative for den danske befolkning.

9 Brug af data og resultater

Alle rettigheder til de anvendte data tilhører original-kilderne/dataleverandørerne.

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Index Danmark/Gallup (og base), Danmarks Statistik (og tabel) el. lign.) samt Slots- og Kulturstyrelsen, "Rapportering om mediernes udvikling 2018" oplyses. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.

10 Figurfortegnelse

Figur 1: Ugentlig dækning af traditionelt tv (live) samt streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder minimum ugentligt, befolkningen i alderen 12 år og derover, 2003-2017.	9
Figur 2: Andel af husstande (%) opdelt efter antal tilsluttede tv-apparater. 2001-2017.	12
Figur 3: Andel af danske husstande (%) segmenteret efter antal tv-kanaler. 2008-2016.	13
Figur 4: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter. 1992-2017.	15
Figur 5: Gennemsnitlig dækning (%). 1992-2017.	16
Figur 6: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter fordelt på alder. 2017.	17
Figur 7: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter efter alder. 1992-2017.	18
Figur 8: Daglig, ugentlig og månedlig dækning (%) i befolkningen fordelt på alder. 2017.	18
Figur 9: Daglig, ugentlig og månedlig dækning (%) fordelt på alder. 2005, 2010, 2016 og 2017.	19
Figur 10: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter efter erhvervsuddannelse. 2010 og 2017.	20
Figur 11: Gennemsnitlig seer-flow i tusinde efter tidspunkt på døgnet, mandag til fredag. 2010 og 2017.	21
Figur 12: De mest sete kanaler opgjort efter seerandel (%). 2016 og 2017.	22
Figur 13: Topliste – de 10 mest sete kanaler opdelt efter alder baseret på seerandel (%). 2017.	23
Figur 14: Kanalfamiliernes seerandel (%) i 2017.	24
Figur 15: Seerandel for dansk public service-tv og ikke-public service-tv** (%). 1992-2017.	25
Figur 16: Seertid for dansk public service-tv og ikke-public service-tv** (%). 1992-2017.	26
Figur 17: Public service-kanalernes seerandel (%). 1992-2017.	27
Figur 18: De regionale TV 2-stationers seerandel (%) – 19.30-udsendelsen. 2007-2017.	28
Figur 19: Seertid brugt på public service-tv og ikke-public service-tv's opdelt efter alder. 2017.	30
Figur 20: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter alder. 2017.	31
Figur 21: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter alder. 1992, 2012 og 2017.	32
Figur 22: Seertid brugt på public service-tv og ikke-public service-tv's opdelt efter uddannelsesniveau. 2017.	33
Figur 23: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter uddannelsesniveau. 2017.	34
Figur 24: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter uddannelsesniveau. 1992, 2012 og 2017.	35
Figur 25: Public service-kanalernes seerandel (%) i Danmark, Norge, Sverige, Finland og Island. 2000-2017.	36
Figur 26: Andel af befolkningen som streamer spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder. 2016 og 2017.	37
Figur 27: Andel som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) hhv. minimum ugentligt og aldrig opdelt efter alder. 2016 og 2017.	38
Figur 28: Andel som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) opdelt efter alder. 2016 og 2017.	39
Figur 29: Andel af befolkningen som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) opdelt efter alder og hyppighed. 2017.	41
Figur 30: Andel som streamer korte videoklip (%) opdelt efter alder og hyppighed. 2017.	42

11 Tabelfortegnelse

Tabel 1: Andel af livsfasesegment (%) uden minimum ét tilsluttet tv. 2017	13
Tabel 2: Samlet seerandel for aldersgruppernes Top 10-tv-kanaler, for "andre kanaler" samt antal kanaler med minimum 1 % seerandel i aldersgruppen. 2017.	24
Tabel 3: Daglig, ugentlig og månedlig dækning for public service-tv i %. 2008-2017	29
Tabel 4: Daglig, ugentlig og månedlig dækning for ikke-public service-tv i %. 2008-2017	29